

STADIA

HELSINGIN AMMATTIKORKEAKOULU

VIIKON ALBUMI -HAASTATTELU

OSANA YLEX-KANAVAN OHJELMATARJONTAA

Viestinnän koulutusohjelma
Radio- ja televisioilmaisu
Opinnäytetyö
18.4.2006

Ilkka Uusivuori



TIIVISTELMÄSIVU

Koulutusohjelma Viestinnän koulutusohjelma		Suuntautumisvaihtoehto Radio- ja televisioilmaisu	
Tekijä Ilkka Uusivuori			
Työn nimi Viikon Albumi -haastattelu osana YleX-kanavan ohjelmatarjontaa			
Työn ohjaaja/ohjaajat Antti Pönni			
Työn laji Opinnäytetyö	Aika 18.4.2006	Numeroidut sivut + liitteiden sivut 39 + 4	
<p>TIIVISTELMÄ</p> <p>Nuorille suunnatut lähetysvirtaradioasemat käyvät Suomessa koko ajan tiukempaa taistelua kuuntelijoidensa huomiosta. Kuuntelijalukuja tarkastellaan miltei viikoittain ja kuuntelijoille tarjottavaa tuotetta pyritään kilpailun koventuessa koko ajan kehittämään. Yleisradiossa tapahtui viimeksi kanavauudistus vuonna 2003, jonka seurauksena Radiomafia -kanava sai uuden nimen YleX. Uudistuksessa radiokanavan kohdeyleisö tarkennettiin uudelleen ja kanavalla siirryttiin soittolistapohjaiseen radion tekemiseen, jossa kanavan musiikkia soitetaan etukäteen laaditulta soittolistalta. Kanavauudistusta kritisoitiin mediassa ja arkipuheessa, vaikka YleX -kanavan viikkokuulijamäärät lähtivät nousuun. Vieläkin YleX:n musiikkitarjontaa arvostellaan yksipuoliseksi ja samalla myös kanavan ohjelmat ovat joutuneet kritiikin kohteeksi.</p> <p>Opinnäytetyöni käsittelee viihdeartistihaastattelun tekemistä YleX-radiokanavalla. Työssäni YleX-kanavalla olen tehnyt viikoittaista viihdeartisti -haastattelua, joka tunnetaan nimellä Viikon Albumi -haastattelu. Tämä haastattelu on osa arkipäiväistä YleX Tänään-ohjelmaa, missä sitä lähetetään maanantaisin kello 11.10. Omia haastatteluja refleктоimalla selvitin haastattelijan näkökulmasta, minkälaisin menetelmin nykyaikaisessa nopeatempoisessa lähetysvirtaradiossa syntyy mielenkiintoinen ja syvälinen viihdeartisti-haastattelu. Kuinka lähelle laadukkaan viihdehaastattelun tavoitteita on mahdollista päästä 15 minuutin Viikon Albumi -haastattelun aikana?</p> <p>Työssäni keskityn etenkin YleX:n haastatteluiden viihteelliseen luonteeseen ja nimenomaan viihdeartistin haastattelemiseen, jota on alan kirjallisuudessa käsitelty melko vähän. Viihdyttävän ja hauskan viihdeartistihaastattelun tekeminen on vaikea haastattelumuoto, jonka tekemistä pyrin valottamaan omien töideni avulla. Toivon, että työstäni on jatkossa hyötyä myös muille samankaltaisissa haastattelutilanteissa.</p>			
Teos/Esitys/Produktio Viikon Albumi -haastattelu (CD) Raita 1. Iisa Pajulan haastattelu. Raita 2. A.W. Yrjänän haastattelu			
Säilytyspaikka Taideteollisen korkeakoulun kirjasto, Aralis-kirjastokeskus			
Avainsanat haastattelemine, radio, artisti, CMX, Regina			



Degree Programme in Media		Specialisation Radio and Television Studies
Author Ilkka Uusivuori		
Title This Week's Album as A Part of YleX Programming		
Tutor(s) Antti Ponna		
Type of Work Final Project	Date 18.4. 2006	Number of pages (report + appendices) 39 + 4
<p>ABSTRACT</p> <p>Youth orientated radio stations are continually struggling against each other for better ratings. These ratings are examined on a weekly basis and the product, which is presented to the audiences, is being developed all the time. Finnish Broadcasting Company changed its programming in 2003 and as a result of that the former Radiomafia is now known as YleX. With this change the radio station examined its target group more closely and musically its programme-flow is now more based on the playlist. The renewal of the station was criticised in the media and in the public, even though the weekly ratings were rising. Even to this day YleX's musical supply and programmes are sometimes criticized of being too one sided.</p> <p>This thesis examines how entertainment artists interviews are conducted at YleX. This thesis concentrates on a weekly interview called This Week's Album, which is a part of YleX Today programme and the interview is aired on Mondays at 11.10. By studying my own interviews I examined from the interviewers point of view, the different methods that are used in creating an interesting and in-depth artist interview. This thesis also examines how close to a high quality interview is it possible to get with the 15-minute This Week's Album interview.</p> <p>The thesis concentrates especially on the entertaining nature of the artist interview, which has not been discussed in different media studies. Conducting an interesting and funny interview is a difficult form of interviewing. By examining my own interviews and reflecting on them this thesis brings new aspects to this form. Hopefully this thesis will share light and can be used in as a guideline in same kinds of interviews.</p>		
Work / Performance / Project This Week's Album interview (CD) 1. Iisa Pajula's interview, 2. A.W. Yrjänä's interview		
Place of Storage University of Art and Design Library, Aralis Library and Information Centre, Helsinki		
Keywords Interviewing, radio, programme concept, CMX, Regina		

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	1
2 NUORISORADION SYNTYMINEN YLEISRADIOON	4
2.1 Rockradiosta Radiomafiaan.....	4
2.2 Radiomafiasta YleX:ksi.....	7
3 HAASTATTELEMINEN RADIOSSA	9
3.1 Haastattelu YleX:ssä	10
3.2 Haastattelutyypit	12
3.3 Haastattelun muuttajat.....	14
4 HAASTATTELU PROSESSINA.....	18
4.1 Haastatteluun valmistautuminen	20
4.2 Kysymysten muodostaminen ja artistin kohtaaminen.....	21
4.2.1 Laajat ja suppeat kysymykset	21
4.2.2 Haastattelu kysymysten muoto	22
4.2.3 Artistin kohtaaminen	24
4.3 Tunne kenttäsi.....	25
5 VIIKON ALBUMI –HAASTATTELUT ANALYY SIN KOHTEENA	26
5.1 Iisa Pajulan haastattelu	28
5.2 Iisa Pajulan haastattelun analyysi	29
5.3 A.W. Yrjänän haastattelu.....	31
5.4 A.W. Yrjänä -haastattelun analyysi	32
6 JOHTOPÄÄTÖKSET.....	34
LÄHTEET	39

1 JOHDANTO

Avaat radion. Kuulet mielenkiintoisen, informatiivisen ja tunteisiin vetoavan haastattelun nuorille suunnatulta YleX-radiokanavalta. Onko tämä lähetysvirta-radiossa mahdollista? Minkä takia kyseinen haastattelu oli hyvä? Minkä takia se ei ollut niin hyvä kuin se olisi voinut olla?

Nuorille suunnatut lähetysvirtaradioasemat käyvät Suomessa koko ajan tiukempaa taistelua kuuntelijoidensa huomiosta. Kuuntelijalukuja tarkastellaan miltei viikoittain ja kuuntelijoille tarjottavaa tuotetta pyritään kilpailun koventuessa koko ajan kehittämään. Kuuntelijaluvuissa mitattuna Yleisradion nuoremmille yleisöille suunnattu radiokanava YleX on toistaiseksi kyennyt pitämään kovimmat kaupalliset kilpailijansa takanaan. Haasteisiin on pyritty vastaamaan erilaisilla uudistuksilla. Viimeisimmän, vuonna 2003 toteutetun, paljon keskustelua herättäneen, uudistuksen tarkoituksena oli muuttaa aikaisempi populaarikulttuurikanava Radiomafia entistä enemmän kohderyhmäradioksi, joka tavoittelee alle 35-vuotiasta liikkuvaa yleisöä. Nykyisen YleX-kanavan ohjelmilla ja musiikkivalinnoilla pyritään tukemaan tätä tavoitetta.

Musiikkiohjelmissaan YleX pyrkii tarjoamaan mahdollisimman asiantuntevia ja mielenkiintoisia sisältöjä, joiden tarkoituksena on tuoda esiin uusia artisteja ja bändejä sekä samanaikaisesti tarjota kuuntelijoille sellaista musiikkia, jota he haluavat kuulla. Erilaiset musiikkihaastattelut kuuluvat tärkeänä osana YleX:n jokapäiväiseen ohjelmistoon. Näitä

ulkomaisia ja kotimaisia haastatteluja on mahdollista kuulla arkipäivisin ja viikonloppuisin, miltei mihin kellon aikaan tahansa. Käytännössä haastattelujen avulla YleX tiedottaa artistien ja bändien uusimmat uutiset, kuulumiset ja suunnitelmat niiden omalla suulla.

Opinnäytetyössäni keskityn YleX Tänään-ohjelmassa esitettävään Viikon Albumi -haastatteluun. Viikon Albumi -haastattelun tehtävänä on esitellä kuulijoille uusia usein vielä julkaisemattomia kotimaisia levyjä ja niiden tekijöitä. Haastateltavat saattavat olla esikoislevynsä juuri julkaisseita uusia artisteja tai jo monelle ennestään tuttuja muusikoita. Viikon Albumi -haastattelu eroaa tavallisesta haastattelusta melko paljon. Viidentoista minuutin aikana pitäisi käsitellä artistin kuulumiset ja julkaisematon uusi levy, luoda kuuntelijoille selkeä kuva levyn sisällöstä, lisäksi haastattelun tulisi viihdyttää ja tarjota kuuntelijoille jotakin sellaista, mitä ei ole kuultu tai luettu musiikkilehdistä jo moneen kertaan. Tämän lisäksi haastattelijan ja haastateltavan välille pitäisi pystyä muodostamaan vain muutamien minuuttien kuluessa ensitapaamisesta luottamussuhde, joka vaikuttaa koko haastatteluun. Kun on otettava näin monta asiaa huomioon, onko uuteen levyyn mahdollista suhtautua kriittisesti? Liian usein artistien haastattelut ovatkin vain uuden levyn mainostamista ilman merkittävämpää asiasisältöä. Tästä on kuitenkin pyritty pääsemään eroon YleX:n Viikon Albumi -haastatteluissa.

Opinnäytetyössäni käytän lähteenä kahta tekemääni CD formaatissa tallennettua Viikon Albumi -haastattelua, jotka on ajettu ulos sellaisenaan. CD:llä on haastateltavina Regina-yhtyeen laulaja Iisa Pajula ja CMX-yhtyeen A.W. Yrjänä. Näiden haastateltavien ja haastattelutilanteiden avulla pyrin analysoimaan juttukokonaisuuksien heikkoudet ja vahvuudet. Lopuksi pyrin esittämään jonkinlaisen ideaalisen tavan tehdä lyhyt musiikkihaastattelu siten, että se tarjoaa kuuntelijoille tarvittavat perustiedot sekä viihdyttää, tunkeutuu pintaa syvemmälle, käsittelee uusia asioita ja esittelee näkökulmia kyseessä olevasta artistisista ja albumista. Tarkoitukseni on luoda hyvän YleX Viikon Albumi -haastattelun tekemiseen ohjenuora, joka sitten voitaisiin yleistää muihin musiikkihaastatteluformaatteihin. Yleisesti ottaen aion myös selvittää onko laadukkaan viihdehaastattelun tekeminen nykyisessä formaattipohjaisessa lähetysvirtaradiossa nopealla aikataululla edes mahdollista.

Esittelen aluksi lyhyesti lähetysvirtaradion historiaa ja sitä, kuinka Yleisradioon syntyi kilpailuhenkinen nuorisokanava. Pohdin, kuinka haastattelusta tuli vallitseva ja vakuuttava

tapa kertoa uusista musiikillisista ilmiöistä ja artisteista. Haastattelun tekeminen vaatii huolellista valmistelua ja paneutumista käsiteltävään asiaan. Tästä syystä haastattelu radioilmaisun muotona on etenkin kaupallisilla radioasemilla jäänyt paitsioon. Sen tekemiseen tarvitaan henkilöresursseja, musiikillista analysointikykyä, kriittistä näkemystä ja tietoa siitä, millaiset asiat ovat juuri sillä hetkellä populaarikulttuurissa esillä. Tämän kaiken sisäistämiseen ja kysymysten suunnitteluun tarvitaan aikaa, jota valitettavasti muiden töiden ohella ei nykyradiossa ole riittävästi.

Viikon Albumi -haastattelua tehdään sekä artistien faneille, jotka tietävät artistista tai bändistä jo kaiken, että sellaisille kuulijoille, jotka kuulevat bändistä ensimmäistä kertaa. YleX Viikon Albumi -haastattelun moninainen luonne suhteutettuna sen melko lyhyeen kestoon tekee siitä haastavan, jopa vaikean haastatteluformaatin, joka vaatii haastattelijalta paljon.

Radio- ja televisioilmaisua opiskellessani, sekä myöhemmin YleX-radiokanavalla työskennellessäni olen joutunut monenlaisiin haastattelutilanteisiin ja tästä syystä haluan selvittää, miksi ne joskus onnistuvat ja joskus taas eivät. Omia haastatteluja analysoimalla tavoitteeni on siis vastata edellä mainittuihin ongelmiin ja pohtia tarvitaanko haastatteluja lähetysvirtaradiossa ylipäättään. Voiko viidessätoista minuutissa tehdä muuta kuin mainostaa uutta levyä? Onko kyseessä vain ohjelmatäyte, jonka paikalla artisti kertoo kaikille jo ennestään tutut asiat samassa järjestyksessä kuin viime viikon päivälehdissä? Mitkä asiat vaikuttavat haastatteluun ja sen tekemiseen?

Omasta mielestäni haastattelu formaattina, etenkin YleX-kanavalla, tarjoaa ainutlaatuisen ikkunan artistin elämään ja näkemyksiin niin yleismaailmallisista asioista kuin musiikista-kin. Tästä syystä toivon, että pystyn omien virheitteni ja onnistumisteni avulla osoittamaan, että hyviä musiikkihaastatteluja voidaan tehdä hyvin ja etenkin, että niitä tarvitaan. Toivon myös, että johtopäätöksiäni voidaan tulevaisuudessa hyödyntää muissa musiikkiohjelmissa ja niiden haastatteluissa.

2 NUORISORADION SYNTYMINEN YLEISRADIOON

YleX:n historia on tärkeä kartoittaa monestakin syystä. Opinnäytetyöni keskittyy lähetysvirtaradion haastattelujen tekemiseen, joka on yksi osa-alue koko kanavan ohjelmatarjonnasta. Mielestäni on erittäin tärkeää esitellä, millaiselle kanavalle haastatteluja tehdään. Tämän lisäksi on ymmärrettävä lähetysvirtaradion luonne. Se tuottaa nopeatempoista päivittäiskulutustavaraa, joka on profiloitu tietynlaiselle ihmisryhmälle. On myös muistettava, että Ylen nuorisoradio on alusta asti kyseessä ollut kilpailukeskeinen kanava, jossa haastattelut ovat yksi väline houkutellessa kuuntelijoita kanavalle. Sen kehittyminen alkoi Yleisradiossa jo 80-luvun puolella ja jatkui läpi 90-luvun, aina näihin päiviin asti ja sen kehittyminen jatkuu edelleen.

2.1 Rockradiosta Radiomafiaan

Kehitys kohti nykyaikaista lähetysvirtaradioita Yleisradiossa alkoi käytännössä jo 1980-luvun alussa, jolloin silloisen Yleisradion ohjelmatarjontaa koettiin etenkin nuorison keskuudessa melko kaukaiseksi. Rock-musiikin ja sen luoman kulttuurin myötä nuoriso alkoi kaivata nuorille suunnattua ohjelmistoa. Aluksi nuorten vähäisen radiokuuntelun luultiin 80-luvun alussa johtuvan televisiosta, mutta tämä arvio osoittautui kuitenkin virheelliseksi, kun kaupalliset radioasemat nousivat nuorten keskuudessa suosioon niiden aloittaessa toimintansa vuonna 1985 (Salokangas 1996, 385). Tähän asti julkisen palvelun Yleisradio oli käytännössä voinut lähettää miltei mitä tahansa monopoliasemastaan johtuen. Tämä oli yksi syy, miksi nuoret kuuntelijat katosivat radioiden ääreltä. Yleisradion oli pakko muuttua.

Vahvan rock-kulttuurin keskuudessa eläville nuorille ei vielä 1980-luvulla osattu tarjota oikeanlaista tuotetta (ks. esim. Kujala, Lahti & Tamminen 1998, 8). Koventuvassa kilpailutilanteessa radioiden oli entistä tärkeämpää tuntea kohderyhmänsä paremmin. Yleisradiossa nuorison populaarikulttuurin nälkään tarjottiin mm. Rockradio-ohjelmaa kolmena päivänä viikossa maanantaisin, keskiviikkoisin ja tiistaisin kahden tunnin blokeissa (Salokangas 1996, 374). Tämä ei kuitenkaan riittänyt vastaamaan koko ajan kasvavaa populaarikulttuurin ja musiikin kysyntään, vaan Yleisradio joutui jälleen entistä tarkemmin tutkimaan kohderyhmäänsä.

Kun kaupalliset radioasemat olivat 1980-luvun puolivälissä vastanneet nuoren yleisön kysyntään, oli selvää, että Yleisradion radiotoiminnassa oli tehtävä laajamittainen uudistus. Yleisön segmentoiminen ja musiikki- ja ajankohtaisohjelmien profiloituminen alkoi 1980-luvun lopussa. Uudistus huipentui vuoden 1990 kanavauudistukseen, jonka seurauksena Yleisradio sai ensimmäisen nuorille suunnatun radiokanavan, Radiomafian. Uudistus ei kuitenkaan voinut painottua pelkästään rock kulttuuriin, sillä 90-luvun alussa rockmusiikki ei enää merkinnyt samaa kuin kymmenen vuotta aiemmin. Radiomafian kanavaprofiloinnin loogiseksi lähtökodaksi tuli rock- ja popmusiikkipainotteisuus (Haarma & Nykänen 1992, 90).

Radiomafian ohjelmatoiminta muuttui. Itsenäisistä lähetysajoittain vaihtelevista ohjelmista siirryttiin yhdenmukaisempaan malliin, jossa radion eri elementeillä kuten musiikilla, kanavatunnuksilla ja itse juontamisella oli entistä suurempi merkitys yhdenmukaisen lähetysvirran ylläpitäjänä. Käytännössä kanavan ja ohjelmien sisällä tapahtuvasta muutoksesta ja vaihtelusta tehtiin normaali olotila, jonka avulla yritettiin vastata alan kilpailun tuomiin haasteisiin nopeasti ja jatkuvasti uusiutuvilla ohjelmaideoilla. (Salokangas 1996, 382.)

Radiomafia ei myöhäisenä tulokkaana voinut kilpailla tuttuja ja turvallisia paikallisradioita vastaan samoilla keinoilla, vaan tavoitteena oli alusta lähtien tarkoitus paikallisen kilpailun sijaan luoda valtakunnallinen populaarikulttuurikanava (Alm & Salminen 1992, 84). Radiomafia suunnattiin nuorille aikuisille tarkasti profiloituna musiikkikanavana, jonka keskeisiä lähtökohtia olivat asiakaskeskeisyys ja kilpailuhenkisyys. Kahden ensimmäisen toimintavuoden ja hieman sekavan ohjelmatarjonnan jälkeen kanavan kymmenen ohjelmaosiota muutettiin viideksi vuonna 1992. Syynä oli, että kymmenen aikasidonnaista ohjelmaosiota hajottivat kanavan yhtenäistä ääntä. Pienemmällä ohjelmablokkimäärällä entisestään korostettiin yksittäisten tuottajien roolia jäljelle jääneissä ohjelmaosioissa. (Salokangas 1996, 382.)

Yleisradion nuorisokanavan, Radiomafian, kantavaksi elementiksi tuli suora lähetys. Tämä uudistus johti toimittajien työnkuvan muuttumiseen kanavan sisällä. Tästä lähtien toimittajien tuli hallita koko ohjelman tekemisen tuotantoprosessi ideasta itse tuotokseen. Radiomafian pyrkimyksenä oli reaaliaikaistaa tuotantonsa, ja tästä syystä kankeista koostetuista lä-

hetyksistä luovuttiin lähes kokonaan. Reaaliaikaisuuden tavoittelussa erilaiset henkilö- ja artistihaastattelut nousivat kanavalla tärkeään arvoon (Salokangas 1996, 382.)

1990-luvun alkupuoliskolla Radiomafia muistetaan erilaisten radiopersoonien aikakautena, joita erityisesti hakeuduttiin kuuntelemaan kanavalle (esim. Salovaara ja Anssi). Tämä on mielenkiintoista, sillä 90-luvun alussa radion kuuntelemiselle oli tyypillisempää, että ihmiset tekivät jotain muuta samalla, kun radio oli päällä (Salokangas 1996, 387). Radiokanavien profilointi 1990-luvulla johti siihen, että yksittäisten radiopersoonien rooli muuttui tiukassa kilpailussa yhä tärkeämmäksi. Nuorisoradioista tuli ensisijaisesti musiikkipainotteinen media, jota hallitsivat taitavat tiskijukat ja radio-DJ:t.

Radiomafia vaikutti Yleisradion ohjelmistossa kapinalliselta ja tämä rooli kiinnosti kuulijoita. Pelkästään Radiomafia kanavan nimenä aiheutti yleistä keskustelua lehtien mielipideosastoilla ja pääkirjoituksissa. Kukapa ei muistaisi Ruben Stillerin kuuluisaa ”kökkötraktori” kohua, kun Stiller arvosteli sen aikaista Yleisradion johtajaa melko kovasanaisesti ja lähetys keskeytettiin kesken kaiken. Vuonna 1994 eduskunnassa käytiin keskustelua suomen kielen köyhtymisestä ja alatyö-ilmaisuista, etenkin Radiomafian ohjelmissa (Radiomafia). Erilaiset kohut tuskin ainakaan hättäsivät Radiomafian voittokulkua nuorison silmissä. Radiomafia oli edelläkävijänä myös muissa medioissa; vuonna 1995 Radiomafia sai Yleisradion ensimmäisenä kanavana oman kotisivun Internetiin.

1990-luvulla radioiden keskinäinen kilpailu kiristyi entisestään. 90-luvun puolivälissä Suomeen tuli kaksi uutta nuorisokanavaa, Radio Energy ja KISS FM. Kaksi vuotta myöhemmin aloitti ensimmäinen valtakunnallinen mainosradio, Radio Nova. Vuosikymmenen lopulle tultaessa ominaista radioille oli entistä laajempi pirstoutuminen ja erikoistuminen, sekä etenkin kaupallisilla kanavilla omistuksen ja toiminnan keskittyminen (Kempainen 2003). Pirstoutumisella kaupalliset radiot pyrkivät saamaan juuri tietynlaisen kuuntelijakunnan mahdollisia mainostajiaan varten. Tästä syystä miltei kaikki radiot käyvät kilpailua nimenomaan populaarikulttuurista ja viihteestä kiinnostuneista nuorista.

Moni voisi kyseenalaistaa Radiomafian ja koko Yleisradion kiinnostuksen kilpailuhenkyyteen. Yleisradion on kuitenkin osoitettava kuuntelija- ja katsojalukujen avulla, että sen ohjelmille on kysyntää ja siten oikeuttaa olemassaolonsa julkisen palvelun laitoksena.

2000-luvulle tultaessa uusia paikallisradioita syntyi entisestään lisää. Myös sellaiset kanavat kuten Groove FM ja Sävelradio eli niin sanotut erikoisradiot aloittivat toimintansa 1990-luvun lopussa, ja vuonna 2001 KISS FM ja Sävelradio muuttuivat puolivaltakunnalliseksi (Kemppainen 2003).

Lisääntynyt tarjonta ja erikoisradioasemat lisäsivät radioiden päivittäiskuunteluaikaa mutta Radiomafia ei kyennyt vastaamaan tarkasti segmentoituneiden kanavien kilpailuun. Kilpailua käydään tälläkin hetkellä nimenomaan nuorista kuuntelijoista. Kaupallisten radioiden yhteenlaskettu viikkokuuntelijamäärä ylitti Yleisradion kanavien yhteenlasketun viikkokuuntelijamäärän ensimmäisen kerran vuoden 2001 syys-marraskuun kansallisen radiotutkimuksen mukaan. Yleisradion ja samalla Radiomafian oli jälleen uudistuttava, jotta se kykenisi kilpailemaan kaupallisten radioiden kanssa.

2.2 Radiomafiasta YleX:ksi

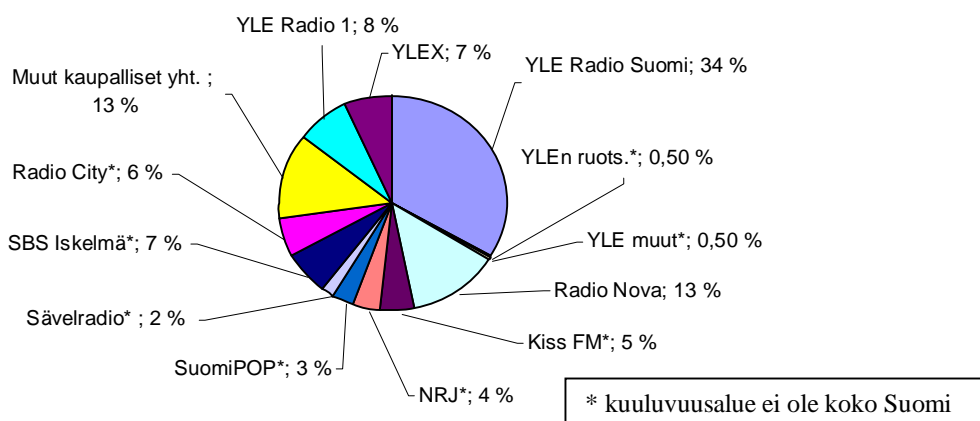
Yleisradion viimeisin kanavauudistus tapahtui vuonna 2003. Uudistuksessa Radiomafia sai uuden nimen YleX, ja kanavailme ja kohderyhmä tarkennettiin jälleen. Kohderyhmä on nyt aikaisempaa nuorempi; mainonnan mittareilla 15–24-vuotiaat populaarikulttuurista kiinnostuneet nuoret. Ylen radiokanavien strategiassa YleX:n tehtävänä on tavoittaa alle 35-vuotias liikkuva yleisö, keskiössään 17–27-vuotiaat. Ehkä suurin kritiikin aihe vuoden 2003 uudistuksessa oli YleX:n siirtyminen prime-time aikana soittolistapohjaiseen musiikkipoliittikkaan.

Kanavauudistusta moitittiin aluksi melko kovasanaisesti ja moni oli sitä mieltä, että oli väärin profiloida kanava pelkästään nuorille kuuntelijoille. Soittolistojen käyttämistä voidaan kritisoida mutta toisaalta niistä on myös hyötyä. Soittolistat helpottavat toimittajien työtä ja säästävät aikaa, kun jokaista lähetystä varten ei tarvitse luoda uutta kappalelistaa. Tämän lisäksi soittolistojen avulla voi nopeaan päivärotaatioon nostaa uusia mielenkiintoisia artisteja ja esitellä musiikillisia ilmiöitä. Tämä tietenkin edellyttää, että kanavan musiikkipäällikkö tai musiikista vastuussa oleva henkilö kykenee niitä löytämään. Soittolistoja on kuitenkin kritisoitu taipumuksesta yksipuolisuuteen: mikäli valitaan vain tietty määrä kappaleita listoille, lähetysvirtaradiokanavat eivät musiikillisesti eroa toisistaan juuri lainkaan. Tällöin puheen merkitys radiossa korostuu.

Kritiikistä huolimatta heti uudistuksen jälkeen YleX:n viikkokuuntelijamäärät lähtivät pienen alkuhämmennyksen jälkeen uuteen nousuun. Vuoden 2003 Kansallinen radiotutkimus kuvasi YleX:n uutta menestystä näin:

Yleisradion näkökulmasta vuoden positiivisin tulos on ollut YleX:n menestys nuoren yleisön keskuudessa.

Samoin Yleisradion viimeisin vuoden 2004 vuosikertomus osoittaa, että YleX on kyennyt kasvattamaan viikkokuuntelijamäärää ja kuva 1 osoittaa, että kanavan tarjoamille ohjelmille on jälleen kysyntää. Etenkin nuoret näyttävät palanneen kanavalle. YleX:n osuus on noin seitsemän prosenttia radion päivittäisestä kuunteluajasta ja koko Yleisradion radiokanavien osuus on noin 50 prosenttia keskimääräisestä viikkokuunteluajasta.

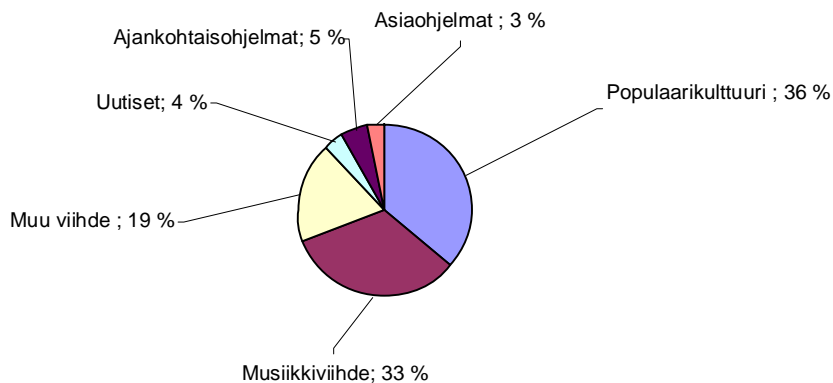


KUVA 1. Radiokanavien osuudet päivittäisestä kuunteluajasta vuonna 2004 (Yleisradio 2005).

YleX:n uusi toiminta-ajatus tiivistetään Yleisradion toimintakertomuksessa 2004 seuraavalla tavalla:

Monimediainen uuden pop- ja rock-musiikin, musiikin erikoisohjelmien ja populaarikulttuurin kanava. Nopeasykkeiseen ohjelmavirtaan kuuluvat myös huumoriohjelmat sekä profiloidut ajankohtais- ja uutislähetykset.

Kuva 2 esittelee YleX:n tämänhetkistä ohjelmatarjontaa. Vuonna 2006 mediassa esillä oleva vahva viihteellisyys näkyy myös radiossa mutta pääpaino YleX:n ohjelmatarjonnassa on kuitenkin musiikillisessa osaamisessa ja populaarikulttuurissa. Erilaiset haastattelut ovat tärkeä osa YleX:n moninaista ohjelmakarttaa. YleX Viikon Albumi -haastattelut ovat osa YleX:n musiikkiviihde tarjontaa.



KUVA 2. YleX:n ohjelmatarjonta vuonna 2004 (Yleisradio 2005).

3 HAASTATTELEMINEN RADIOSSA

Haastattelujen, etenkin radiohaastattelujen historiaa tunnetaan todella vähän. Siksi on aiheellista pohtia syvällisemmin myös kysymystä: miksi radiossa ylipäänsä on haastatteluja? On lähes mahdotonta sanoa kuka teki, ja missä esimerkiksi tehtiin Yleisradion ensimmäinen radiohaastattelu. Haastattelun problematiikkaa kannattaa mieluummin lähestyä käytännön historian näkökulmasta: voidaan sanoa, että haastattelut ovat osa jokapäiväistä elämää; oli kyseessä sitten esimerkiksi vaimo, joka yrittää kysellä mieheltään, miksi tämä tuli niin myöhään eilen illalla kotiin tai äiti, joka yrittää saada selville, miksi hänen nelivuo-

tias lapsensa itkee (Gordon 1992, 1). Käytännössä haastattelemineen on siis aikojen alusta ollut ihmiselle yksi tärkeimmistä informaation keräämistavoista. Siksi on luonnollista, että niin jokapäiväinen asia tai tiedonkeruumenetelmä esiintyy myös radiossa.

Radiossa erilaiset haastattelut ovat välttämätön tiedonkeruuprosessi sekä uutisissa että puheohjelmissa. Hyvä haastattelu voi jähmettää kuuntelijat kanavalle tai vastaavasti, tylsistytävä haastattelu voi saada kuulijat katoamaan (Geller 1996, 85). Haastattelemineen on kysymyksiin ja vastauksiin pohjautuvaa keskustelua, jossa haastattelija pyrkii johdattelemaan tilannetta saadakseen uusia näkökulmia tiettyyn aiheeseen. Radiotuotantoa käsittelevässä teoksessaan BBC:n entinen radiotyön koulutuksen johtaja Robert McLeish esittää, että haastattelun tarkoituksena on tuottaa kuulijalle haastateltavan omin sanoin faktoja, syitä, ja mielipiteitä, joiden todenmukaisuudesta itse kuuntelija voi sitten muodostaa omia mielipiteitä ja johtopäätöksiä (McLeish 1978/ 1999, 39). Vaikka McLeish kirjoittaa, tässä kohtaa nimenomaan tavallisen haastattelun tekemisestä, voidaan määritelmää mielestäni soveltaa hyvin populaarikulttuuriin keskittyvään radiopersoonalähtöiseen vuorovaikutustilanteeseen.

3.1 Haastattelu YleX:ssä

Nuoremmille yleisöille suunnatulla YleX-kanavalla haastattelut ja haastattelijat eroavat aina sen mukaan, mistä ohjelmasta on kyse. YleX:n lähetysvirrassa noin viiden arkipäiväisen ja viiden viikonloppuisen ohjelmablokin jokainen lähetys on määritelty tietyllä tavalla, ja haastattelut pyrkivät tukemaan tätä profilointia. YleX:n haastattelut ovat joko suoria tai nauhoitettuja, jolloin toimittaja voi jälkikäteen koostaa kokonaisuudesta haluamansa pituisen ja tyyllisen.

Haastatteluista voidaan erottaa radiopersoonaa painottavat haastattelut, joissa vuorovaikutustilanteet ovat pikemminkin keskusteluja haastateltavan ja tunnetun radiopersoonan välillä. Tällöin myös juontajan kommentit ja persoonakohtaiset näkemykset ohjaavat tilannetta. Tässä haastattelumuodossa on myös suotavaa, että radiopersoonaa tuo omia mielipiteitään mukaan keskusteluun. Ehkä hieman yleisempi muoto haastattelulle on kaikkein yksinkertaisin eli ”tavallinen” haastattelu, jossa mielenkiintoista on ainoastaan se, mitä haastateltavalla on sanottavana ja haastattelija pitää tietoisesti persoonansa piilossa. Tällöin kyseessä ei ole samalla tavalla keskustelu.

Reaaliaikaisuudesta on tullut keskeiseksi kilpailuvaltti sähköisessä viestinnässä. Radiossa suoran reaaliaikaisen lähetyksen tekeminen on halvempaa kuin nauhoitetun; samalla työvoiman käyttö on tehokkaampaa (Alm & Salminen 1992, 67). On edullisempaa tehdä suoria haastatteluja tai suoraa juontoa kuin koostaa pitkiä juttukokonaisuuksia, joiden tekemiseen kuluisi huomattavasti enemmän työtunteja. Radiossa reaaliaikaisuus on monella tapaa kuultavissa. Haastattelut radiokanavalla pyrkivät tuomaan kuulijan maailmaan ajankohtaisia ilmiöitä, artisteja tai puheenaiheita, reaaliajassa. Valitettavasti reaaliaikaisuuden pyrkimyksessä suorat lähetykset saattavat johtaa liian pinnallisiin lähestymistapoihin tai medioiden samankaltaisuuteen, mikäli kaikki kanavat käsittelevät samoja reaaliaikaisia aiheita lähetyksissään.

Tämä tuskin on kenenkään itseään kunnioittavan toimittajan tai ohjelman tavoite, siksi erilaisilla henkilö- ja asiantuntijahaastatteluilla on tärkeä rooli olla luomassa ”hengähdystaukoja” lähetysvirran sisään. Haastattelun ajaksi voi pysähtyä hetkeksi kuuntelemaan, mitä jollakin ihmisellä on todella sanottavana.

YleX:n henkilö- ja artistihaastattelut tuovat 15–27-vuotiaille populaarikulttuurista kiinnostuneille nuorille tietoa heidän pitämistään ja hyvin tuntemistaan artisteista. Siksi musiikin ja populaarimaailman tuntemus ovat tärkeitä taitoja radiotoimittajan työssä, etenkin haastattelutilanteissa. Lähetystä tehdään ihmisille, jotka yleensä tietävät haastateltavista artisteista paljon, toisaalta Yleisradiolle olennaiseen tapaan pitäisi pystyä palvelemaan myös niitä, jotka kuulevat bändistä, artistista tai keskustelunaiheesta ensimmäistä kertaa.

Vaikka haastattelu on tiedonkeruuprosessi kanavan sisällä, se voi antaa paljon muutakin: YleX:n imagoon artistihaastattelut tuovat ajankohtaisuutta ja uskottavuutta, kun nimenomaan ne artistit, joita soitetaan lähetyksissä myös vierailevat kanavalla. YleX on artistien suhteen ainutlaatuisessa asemassa myös siinä mielessä, että kanava pystyy tuomaan vielä tuntemattomia artisteja suuren yleisön tietoisuuteen. Suomessa on lukuisia ja artisteja, jotka ovat tulleet suoraan suuren yleisön tietoisuuteen nimenomaan YleX:n tai sitä edeltäneen Radiomafian ansiosta. Tästä syystä myös suurin osa artisteista haluaa tulla kanavalle vieraaksi ja, haastateltavia on suhteellisen helppo saada. Monen artistin mielikuvissa kyseessä on kanava, jolla artistin sanomisia tai mielipiteitä ei muokata tai vääristellä ja missä osataan kysyä keskeisiä asioita; kanavalla on alalla asiantunteva maine.

Haastattelut ja niihin valmistautuminen vievät aikaa. Tästä syystä YleX on kilpailijoihinsa nähden hyvässä asemassa, sillä työntekijöitä riittää tekemään syvähaastatteluja. Pienemmillä kaupallisilla kanavilla on usein töissä yhteensä saman verran ihmisiä kuin YleX:ssä on yhdessä tiimissä. Todellisuudessa myös YleX-kanavalla moni toimittaja joutuu valmistautumaan haastatteluihin muiden töiden ohella. Erilaiset satunnaistekijät, kuten sairastapaukset ja lomat, lisäävät yksittäisen toimittajan työmäärää. Käytännössä haastattelut etenevät niin, että ohjelman tuottaja ja toimittaja pohtivat keskenään mahdollisia haastateltavia ja käyvät läpi kysymyksiä. Tämän jälkeen toimittaja valmistautuu haastatteluun itsenäisesti.

3.2 Haastattelutyypit

Radiotuotantoa käsittelevässä kirjassaan McLeish jakaa haastattelut kolmeen erilaiseen kategoriaan, informatiiviseen haastatteluun, tulkitsevaan haastatteluun ja emotionaaliseen haastatteluun (McLeish, 1996, 40–41). *Informatiivisen haastattelun* tarkoituksena on nimensä mukaisesti, tarjota kuuntelijalle asiantuntijuutta: faktatietoa esimerkiksi tulevista tapahtumista, tilastoja tai yksityiskohtaista tietoa käsiteltävään aiheeseen. Tällaisia haastatteluja näkee usein esimerkiksi erilaisissa ajankohtaisohjelmissä tai vaikkapa uutisissa, kun halutaan asiantuntijahaastattelulla lisäinformaatiota esimerkiksi Lähi-idän turvallisuuspoliittiseen tilanteeseen.

Tulkitseva haastattelu puolestaan pyrkii esittämään haastateltavalle väittämiä ja faktoja, joita haastateltavan halutaan kommentoivan. Tämän tyyppinen haastattelu vaatii erityisen paljon valmistautumista. Tulkitsevassa haastattelussa haastattelijan on kyettävä nopeasti reagoimaan esitettyihin vastauksiin. Tarkoituksena ei ole tuottaa faktatietoa, sillä aiheeseen liittyvät faktat ovat usein jo yleisessä tiedossa. Tärkeämpää on saada esiin haastateltavan tulkinta ja mielipide. Näitä haastatteluja ei pitäisikään harjoitella etukäteen, sillä sisältö perustuu syntyviin reaktioihin ja tulkintaan.

Viimeinen kategoria eli *emotionaalinen haastattelu* pyrkii luomaan haastateltavan tunnemaailmaa. Tarkoituksena on vaikuttaa sekä haastateltavan että kuuntelijan tunteisiin. Tärkeämpää tässä haastattelumuodossa on siis vallitseva tunnetila, mahdollinen ongelma-kohta ja haaste, ei niinkään faktat tai numerot. Emotionaalisen haastattelun haasteena on

kuitenkin se, kuinka lähelle haastateltavan elämää voi mennä tunkeutumatta liikaa henkilön yksityisyyteen.

Haastatteluiden jakaminen kolmeen tyyppiin sopii mielestäni kuvaamaan myös niitä haastatteluja, joita tehdään YleX-kanavalla. Useimmiten kanavan haastattelut ovat kuitenkin yhdistelmiä kaikista kolmesta kategoriasta. YleX:n haastattelut pyrkivätkin olemaan kaikkia noita kolmea oikeassa suhteessa. Tarkoituksena on keskustella ja puhutella nuorta kohdeyleisöä, joka haluaa faktojen lisäksi kuulla, mitä erilaiset artistit ajattelevat meneillään olevista asioista. Riippuen ohjelmapaikasta haastattelukategorioiden suhde vaihtelee sen mukaan, minkälaista informaatiota tarjoillaan mihinkin kellonaikaan. Kyseessä on populaarikulttuurikanava, joten viihdyttävyys ja huumori ovat niitä avainsanoja, mitä etenkin artisti- tai bändihaastatteluissa haetaan.

Viikon Albumi -haastattelu on monessakin suhteessa, viihteellisyyden lisäksi, hieman erilainen kuin normaali artistihaastattelu. Artistihaastattelun sijaan pitäisi ehkä paremminkin puhua *viihdeartistihaastattelusta*, sillä viihdeartistit käyttävät tätä haastattelutilannetta täysin eri tavalla hyväkseen, kuin esimerkiksi tavallisessa asiantuntija tai artistihaastattelussa esiintyvät ihmiset. Kaikki kotimaiset artistit, jotka julkaisevat uuden albumin haluaisivat, että heidän levynsä valittaisiin YleX:n viikon albumiksi. Viikon albumi tavoittaa paljon ihmisiä valtakunnallisella radioasemalla, joten pelkästään tämän julkisuusarvon takia monet haluaisivat päästä viikon albumin myötä kanavalle haastateltavaksi. Kanavan musiikkipäälliköllä on siis melko paljon valtaa siinä suhteessa, että hän valitsee tulevien viikkojen viihdeartistit ja heidän levynsä kanavalle soimaan.

Viihdeartistit, jotka saapuvat kanavalle haastatteluun tietävät myös sen, että kyseisen haastattelun tekemisestä ja sen tuomasta julkisuudesta koituu heille myös taloudellista hyötyä. Viihdeartistien kokemukset haastattelutilanteista ja julkisuudesta ovat paljon monipuolisemmat kuin vähemmän tunnettujen artistien. Tästä syystä viihdeartistit kykenevät hallitsemaan haastattelutilannettakin paremmin kuin tavalliset ihmiset. Haastattelijan näkökulmasta haastatteluun on kuitenkin suhtauduttava siten, että albumiin ja artistiin pitää suhtautua tarvittaessa kriittisesti ja levyn mainostamisen sijaan, haastattelun pääpaino pitäisi olla levyn sisällössä.

3.3 Haastattelun muuttujat

Oli kyseessä sitten minkälainen haastattelu tahansa, on selvää, että itse haastattelun onnistumiseen vaikuttavat monet muuttujat. Alan kirjallisuus ja journalistiset oppaat kuvaavat haastattelua usein prosessina, jonka onnistumiseen vaikuttavat sekä haastatteliija että haastateltava ja heidän välisensä suhde. Kyseessä on kahden ihmisen kohtaaminen, vuorovaikutustilanne.

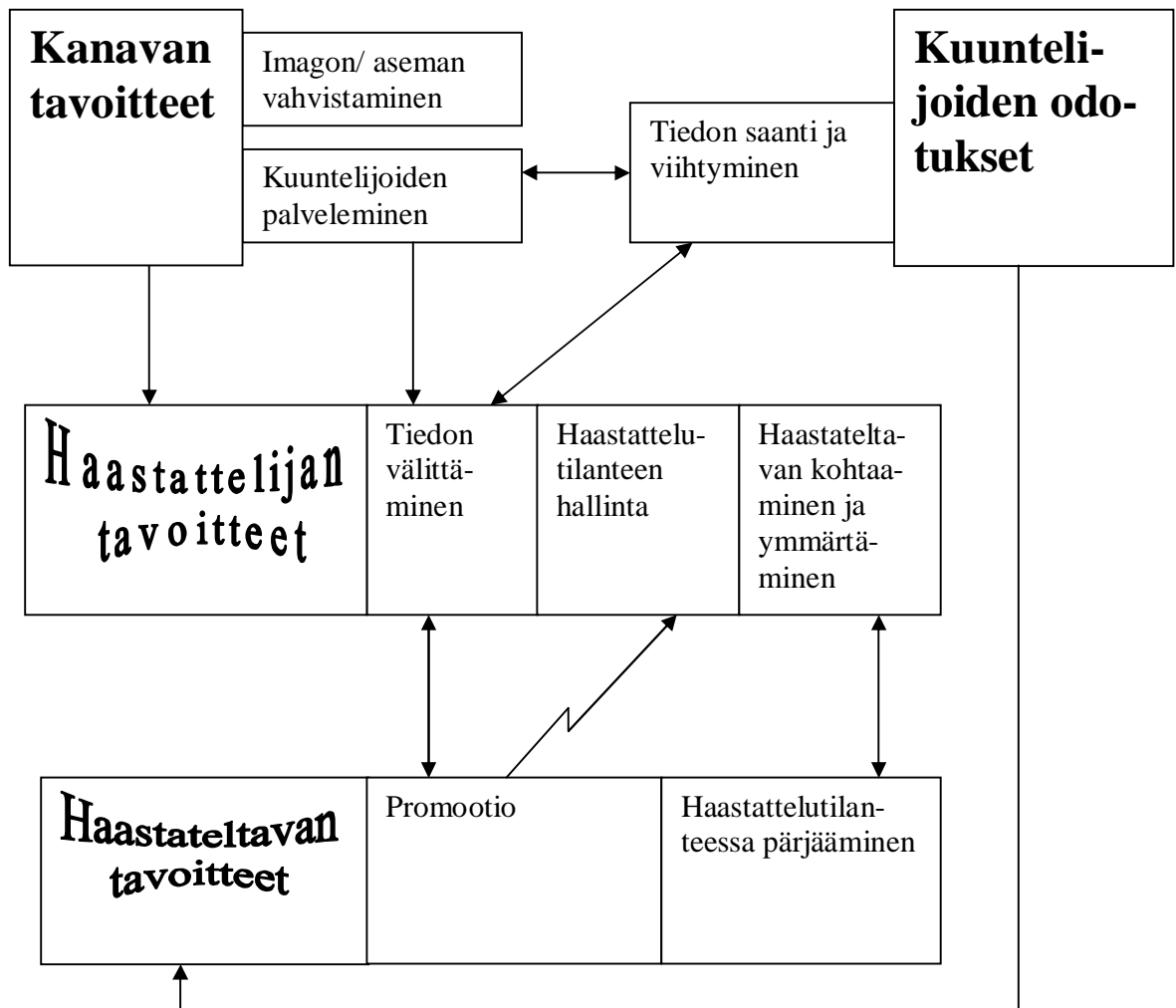
YleX:ssä työskennellessäni minun tehtäviäni ovat muiden töiden ohella kuuluneet Viikon Albumi -haastattelut. Vaikka Radiohaastattelut YleX:ssä valmistellaankin usein yksin, kyseessä on eräänlainen ryhmätyöprosessi. Työ alkaa siitä, että ohjelman tuottaja saa musiikkipäälliköltä tiedon, mikä albumi on kullakin viikolla esittelyssä. Tämän jälkeen tuottaja antaa levyn toimittajalle kuunneltavaksi ja yhdessä mietitään tulevan haastattelun painopisteitä. Itse haastatteluun valmistautuessaan toimittaja saattaa vielä kahvipöydissä jutella kollegoidensa kanssa, mitä haastatteluun tulevalta artistilta kannattaisi kysyä?

Haastatteluun valmistautuessa tärkein tekijä on kuitenkin pääyleisö, kuulijat. Mitä he haluaisivat saada irti haastattelusta? Minkälaisia asioita olisi tärkeää tietää tulevalta albumilta? Minkälaisin keinoin ja kysymyksin kykenen tarjoamaan sen heille? Jotta Viikon Albumi -haastattelun moninainen luonne selviäisi, olen koonnut kuvaan 3 joitakin tavoitteita, odotuksia ja päämääriä haastatteluprosessiin liittyen. Olen koostanut näkemykset useista alan kirjoista ja lisännyt niihin omia havaintojani. Kuva on jaettu neljään osaan: haastattelijan tavoitteet, haastateltavan tavoitteet, yleisön/kuulijan odotukset ja kanavan tavoitteet. Nämä kaikki muuttujat ovat vuorovaikutuksessa keskenään ja vaikuttavat täten koko haastattelun onnistumiseen.

Muiden osapuolten tavoitteet eivät välttämättä toimi toimittajan tavoitteita vastaan, vaan tarkoitukseni on osoittaa, miten jopa kaoottinen lähtöasetelma 15 minuutin haastattelussa saattaa olla, jos yritetään ottaa kaikki haastatteluun vaikuttavat tekijät sekä eri tahojen odotukset ja tavoitteet huomioon. Kuvan 4 tarkoituksena on selventää haastatteluun vaikuttavien tekijöiden välisiä suhteita. Nuoliviivat kuvaavat sitä, miten eri tahojen odotukset ja tavoitteet kohtaavat ja vaikuttavat toisiinsa.

<p>1. Haastattelijan tavoitteet</p> <p>TIEDON VÄLITTÄMINEN</p> <ul style="list-style-type: none"> – Esittää kysymykset selkeästi – Saada haastateltava kertomaan ne asiat, joista oli alun perin tarkoituksin keskustella. – Kysyä joko sellaista mitä kuulijakin kysyisi tai, mitä kuulijan pitäisi kysyä. – Vertauskuvien, väittämien ja kysymyksin luoda käsitys siitä millainen albumi on kyseessä. – Ymmärtää kyseisen albumin lisäksi musiikkityylin genre ja lainalaisuudet ja välittää se kuulijalle. – Kyky olla kriittinen albumia kohtaan ja uskallus kysyä vaikeita asioita. – Saada haastateltava kertomaan mielenkiintoisia tarinoita ja anekdootteja. – Albumin kokonaiskuvan luominen kuulijalle <p>HAASTATTELUTILANTEEN HALLINTA</p> <ul style="list-style-type: none"> – Kyky kohdata haastateltava. – Keskittyminen. – Kyky esittää kysymykset selkeästi. – Kuunnella mitä sanotaan. – Katsekontakti. – Kyky tehdä oikeita jatkokysymyksiä – Tarvittaessa muuttaa haastattelurunkoa jos jokin kysymys sopii paremmin jo johonkin muuhun paikkaan. – Tekniikan ja laitteiden hallitseminen haastattelun aikana. – Kyky olla oma itsensä. <p>HAASTATELTAVAN KOHTAAMINEN JA YMMÄRTÄMINEN</p> <ul style="list-style-type: none"> – Luoda keskustelulle mahdollinen ilmapiiri. – Osoittaa myös kehollaan kiinnostumista – Tarvittaessa selventää kysymystä tai vastausta. – Osoittaa aitoa mielenkiintoa albumia ja artistia kohtaan. – Rohkaista haastateltavaa kertomaan jostakin asiasta tarvittaessa lisää. 	<p>2. Kanavan tavoitteet</p> <p>KUUNTELIJOIDEN PALVELEMINEN</p> <ul style="list-style-type: none"> – Tarjota mielenkiintoista ja kilpailukykyistä ohjelmistoa. – Luoda vaihtelua lähetysvirtaan. – Tarjota sellaisia haastatteluja joita kuulijat eivät kuule muilta kanavilta. – Tiedottaa populaarimusiikista kiinnostuneita ihmisiä uusista artisteista ja heidän musiikista ja levyistä. <p>IMAGON / ASEMAN VAHVISTAMINEN</p> <ul style="list-style-type: none"> – Tavoittaa kohderyhmä. – Luoda kilpailukykyistä ohjelmistoa. – Hyvä haastattelu tuo uskottavuutta kanavalle. – Osoittaa, että kanava kykenee löytämään uusia mielenkiintoisia artisteja ja tehdä niistä hyviä haastatteluja. – Luoda reaaliaikaisuuden ja ajassa mukana olevan kanavan mielikuva. – Saada viikkokuuntelija määrä kasvamaan monipuolisen ohjelmantarjonnan avulla. <p>3. Haastateltavan tavoitteet</p> <p>PROMOOTIO</p> <ul style="list-style-type: none"> – Kertoa yleisölle, että uusi levy on kaupoissa. – Tavoittaa juuri se yleisö, jotka ostavat levyjä ja tulevat keikoille. – Luoda itsestään mielenkiintoinen kuva. – Kyky kertoa mielenkiintoisia tarinoita. – Kyky analysoida omaa taiteellista tuotettaan. – Tavoittaa ihmisiä, jotka kuulevat musiikkia ensimmäistä kertaa. <p>HAASTATTELUTILANTEESSA PÄRJÄÄMINEN</p> <ul style="list-style-type: none"> – Ymmärtää haastattelijaa. – Vaikka huomio keskittyykin artistiin, on kyettävä kohtaamaan haastattelijan ”samalta tasolta”. – Kyky vastata kysymyksiin selkeästi. – Kyky analysoida myös levyn tekemisprosessia – Ymmärtää itse mitä levyllään on halunnut sanoa. – Uskallus puhua vaikeista asioista. <p>4. Yleisön/kuulijan odotukset</p> <p>TIEDON SAANTI JA VIIHTYMINEN</p> <ul style="list-style-type: none"> – Kuulla mielenkiintoinen haastattelu. – Saada artistista informaatiota ja päivittää kuulumiset. – Saada kuva tai käsitys siitä, miltä tuleva albumi kuulostaa. – Kuulla miten albumista tuli sellainen kuin siitä tuli. – Saada reaaliaikainen kosketus artistiin. – Kuulla jotakin, mitä ei vielä ole kuultu muualta. – Saada vastaus johonkin uutta levyä koskevaan kysymykseen. – Kuulla haastattelu, joka myös viihdyttää informaation ohella. – Saada vahvistuksia tai murtaa niitä kumouksia niille ennakkokäsityksiä, joita artistista tai levyistä on.
---	--

KUVA 3. Haastattelutilanteeseen liittyvät tavoitteet



KUVA 4. Eri osapuolten tavoitteiden väliset suhteet

Kuvassa 3 on melkoinen määrä asioita, jotka erilaisten teosten ja yleisen ohjenuorien mukaan tulisi ottaa huomioon haastattelutilanteessa. Tässä tutkielmassa aion kuitenkin keskittyä haastatteluun nimenomaan haastattelijan näkökulmasta. On selvää, että tietyt asiat kuvassa ovat ristiriidassa keskenään. Esimerkiksi jos haastateltava haluaa liian kärkevästi keskittyä tulevan levyn mainostamiseen, tai jos haastattelija ei tästä johtuen kykene hallitsemaan haastattelutilannetta.

Haastattelija joutuu omien näkemystensä ja tavoitteidensa lisäksi kohtaamaan eri tahojen intressit etenkin haastatteluun valmistautuessa. Kanavan odotukset haastattelija kohtaa ohjelman tuottajan muodossa, sekä siinä minkälaiseen ohjelmaan haastattelua tehdään. On

mietittävä, mitä kuulijat haluaisi tietää artistista, mitä he eivät ehkä osaa kysyä itse. On kysyttävä sellaisia asioita, jotka kertovat kuulijoille sen, mitä heidän pitäisi tietää albumista.

Haastattelun tulee kohdata ne standardit, jotka pitää kanavan puolelta täyttää. Monesti on niin, että tuottaja haluaa täsmentää tai tarkentaa joidenkin kysymysten tai aiheiden sisältöä, jotta ne suuntautuisivat paremmin nimenomaan nuorille kuuntelijoille. Tuottajilla on usein myös kokonaisvaltaisempi käsitys sitä, mitä kyseiseltä artistilta on kysytty jo aikaisemmin, ja mikä artistisissa on mielenkiintoista juuri sillä hetkellä. Toimittajan ja tuottajan tavoitteet eivät useinkaan ole ristiriidassa keskenään. Jotta haastattelusta tulisi paras mahdollinen, on sitä suunniteltava yhdessä.

Olen kuvaan 3 listannut haastattelijan tavoitteiden kohdalle asioita, joista osa liittyy valmistautumiseen ja osa itse haastattelutilanteeseen. Valmistautumisen haastatteliija tekee yhdessä tuottajan kanssa, mutta artistin toimittaja kohtaa itse. Haastattelijan ja haastateltavan intressit eivät sinällään ole ristiriidassa, sillä artisti tulee kertomaan uudesta levystään ja haastatteliija on kiinnostunut siitä. Lähtökohtaisesti haastattelijan onkin oltava levyn puolella, ei sitä vastaan. Kanavan musiikkipäällikkö on valinnut levyn, joten ei ole mitään syytä ristiinnaulita uutta albumia vain siitä syystä, että toimittaja itse ei satu siitä pitämään. Mikäli albumi sisältää ristiriitaisuuksia tai muita outoja kummallisuuksia, voi ne haastattelussa nostaa esille, mutta tällöin on annettava haastateltavan kertoa oma näkemyksensä esitettyihin asioihin. Joskus haastattelutilanteessa täytyy kysyä vaikeita asioita, joista haastateltava ei välttämättä haluaisi keskustella. Tällöin pyrkimykset törmäävät ja on kyse haastattelijan ammattitaidosta, minkälaiseen lopputulokseen vaikeiden asioiden kohdalla päädytään.

Vaikka kuulijan ja yleisön odotukset kohdataan vasta haastattelutilanteessa tai sen jälkeen, haastattelijan pitää muodostaa jonkinlainen arvaus tai näkemys siitä, mitä yleisö tai kuulija haluaisi saada selville. Jos haastattelu ei tarjoa kuulijalle niitä asioita, joita hän odottaa haastattelulta, niin se on ensisijaisesti haastattelijan vika. Haastattelijan pitää asettua tarvittaessa kuulijan paikalle niin, että uskaltaa kysyä myös yksinkertaisia ja jopa tyhmiä kysymyksiä. Luultavasti se mikä jäi jostakin vastauksesta epäselväksi haastattelijalle, oli sitä myös kuulijalle.

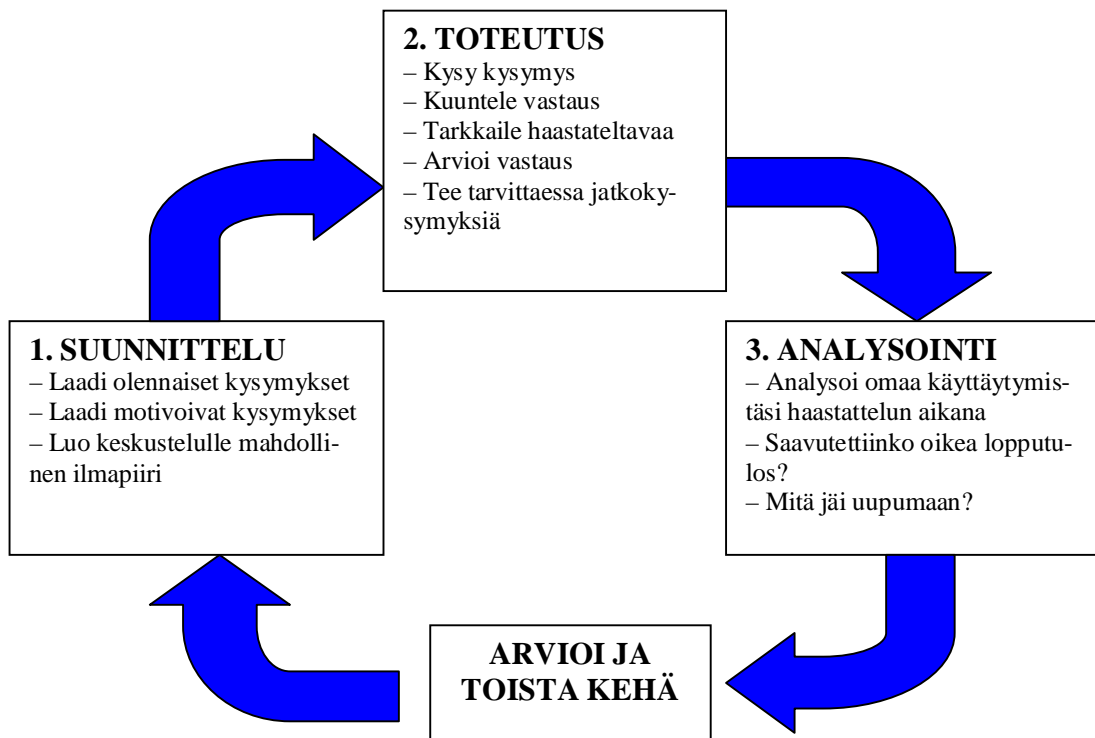
Haastattelun onnistumiseen vaikuttavat monet tekijät. Haastattelun eri työvaiheissa kohtaa-
vat hiukan erilaiset tavoitteet ja odotukset, jotka siis vaikuttavat haastattelun lopputulok-
seen. Onko haastattelijan näkökulmasta katsottuna edes olemassa täydellistä tai ideaalia
haastattelua, jos näin moni asia vaikuttaa sen onnistumiseen? Mielenkiintoista onkin tutkia,
miten lähelle ideaalia viihdeartistihaastattelua on mahdollista päästä lyhyen 15 minuutin
aikana. Voiko siis olla, että viihdeartisti, joka tulee ensisijaisesti haastatteluun promoamaan
uutta tuotettaan, saataisiinkin kertomaan jotain muuta kuin pelkät kuulumiset, ja koska levy
löytyy kaupan hyllyiltä? Minkälaisin keinoin mielenkiintoiset asiat saadaan esille?

”Hyvän” ja ”mielenkiintoisen” viihdeartistihaastattelun ihanne on kuitenkin olemassa ja
jokaisella ihmisellä tuntuu olevan selkeä näkemys siitä, onnistuko haastattelu vai ei. Kohta-
sivatko nämä kaksi ihmistä haastattelutilanteessa vai käytiinkö kysymykset vain rutiinin-
omaisesti läpi? Tarkoitukseni on omia haastatteluja reflektoida tutkia:

- Miten YleX Viikon Albumi -haastattelu tehdään?
- Minkälaisin menetelmin nykyaikaisessa nopeatempoisessa lähetysvirtaradiossa syntyy
mielenkiintoinen ja pintaa syvemmälle menevä haastattelu?
- Miten lähelle laadukkaan viihdehaastattelun tavoitteita on mahdollista päästä 15 minuutin
Viikon Albumi -haastattelun aikana?

4 HAASTATTELU PROSESSINA

Erilaiset journalistiset oppaat ja haastattelua käsittelevä kirjallisuus tarjoavat monia erilaisia
vaihtoehtoja onnistuneen haastattelun tekemiseen. Useimmat oppaista kuitenkin painotta-
vat, että kyseessä on nimenomaan taito, joten näin ollen sen pitäisi olla jokaisen opittavissa.
Tämän lisäksi useimmat oppaat kuvaavat haastattelun tekemistä erikseen nimettyjen pro-
sessien avulla. Gorden jakaa perushaastatteluja käsittelevässä kirjassaan haastattelun teke-
misen tekijän kannalta osuvasti kolmeen osaan: suunnitteluun, toteutukseen ja analysointiin
(ks. KUVA 5, Gorden 1992, 2-3). Olen piirtänyt kuvan tästä Gordenin käyttämästä haastat-
teluprosessin kehämallista, jonka olen myös suomentanut, jotta sen merkitys selviäisi hel-
pommin. Kehämalli on mielestäni oikein hyvä esimerkki siitä, kuinka tätä mallia toistamal-
la voi vähitellen kehittyä hyväksi haastattelijaksi.



KUVA 5. Haastatteluprosessi tekijän kannalta (Gorden 1992).

Haastattelun taidon voi oppia ainoastaan tekemällä. Haastattelusta ja sen oppimisprosessista tekee monimutkaisen se, että jokainen ihminen maailmassa tekee sen eri tavalla. *Jos haluat olla hyvä haastattelija, sinun täytyy kehittää oma henkilökohtainen tyyli ja lähestymistapa siihen, miten esität kysymykset* (Beaman 2000, 14). Tästä syystä on hyvin vaikeaa löytää yksiselitteistä opasta tai kirjaa, joka kertoisi millaisten asioiden tai prosessien avulla syntyy laadukas ja mielenkiintoinen haastattelu. Uskallan väittää, että oikeilla ja hyvin tehdyillä kysymyksillä ei välttämättä saada aikaiseksi onnistunutta haastattelua.

Kuvassa 3 listasin haastatteluun vaikuttavia muuttujia. Haastattelu on vaihtelevien tekijöiden summa; mitä paremmin onnistuu haastateltavan kohtaamisessa ja haastattelusuorituksessa, luultavasti sitä parempaan lopputulokseen päästään. Olen havainnut, että toistamalla Gordenin mukaista oppimispyrää voi vähitellen löytää itselleen ominaisen tehokkaan työskentelytavan. Toimiva työprosessi mahdollistaa toimituksen kiivaassa työrytmissä tehokkaan valmistautumisen Viikon Albumi -haastattelua varten.

Aika määrittää radiossa haastattelun kohdistuspisteen. YleX Viikon Albumi -haastattelun kärki on aina uudessa, vielä julkaisemattomassa levyssä. Toisaalta tämä helpottaa haastatteluun valmistautumista, kun jo etukäteen tiedetään, mihin haastattelussa on kiinnitettävä huomiota. Samalla itse albumiin keskittyminen kuitenkin vie ajallisista syistä ohjelma-aikaa muilta osa-alueilta, joita haastattelussa ehkä haluttaisiin käsitellä. Olennaista Viikon Albumi -haastattelun tekemisessä onkin pystyä esittämään sellaisia kysymyksiä, joihin vastaamalla kuulija saisi informaatiota sekä albumin sisällöstä että artistista itsestään.

4.1 Haastatteluun valmistautuminen

Olennaisinta mitä tahansa haastattelua tehtäessä on siihen valmistautuminen. Jokaista haastattelussa kulutettua minuuttia kohden pitäisi vähintään kymmenen minuuttia käyttää valmistautumiseen (Brady 1977, 37). Huolellisen valmistautumisen ja tiedonkeruun jälkeen haastattelijalla on edessään kysymysten muodostaminen ja kirjoittaminen. Valmistautuminen Viikon Albumi -haastatteluihin on melko työlästä, etenkin jos kyseessä on vaikkapa CMX-yhtyeen kaltainen, pitkän uran tehnyt bändi, joka on ehtinyt julkaista jo kymmenen kokopitkää albumia. Artistit, jotka ovat olleet pitkään alalla, ovat luultavasti myös vastanneet melkein kaikkiin mahdollisiin kysymyksiin ainakin kerran.

Tiedonkeruu haastattelua varten aloitetaan lukemalla erilaisia musiikkilehtiä, hakemalla tietoa Internetistä ja vaihtamalla ajatuksia muiden kollegoiden kanssa. Monesti on käynyt niin, että toinen toimittaja on haastatellut vieraaksi tulevaa albumin tekijää aikaisemmin. Tällöin keskusteluista ja näkökulmien etsimisestä työkavereiden kanssa on suuri hyöty. Näin saa jo etukäteen kuvan siitä, kuinka vaikea tai helppo haastateltava on tulossa vieraaksi, mistä hän ehkä haluaisi keskustella, ja mitkä ovat arkoja aihe-alueita. Yleisradiossa on myös kokonainen digitaalinen arkisto sekä toimiva tietopalvelu sitä varten, että aikaisemmin julkaistut artistia koskevat, radiojutut ja lehtiartikkelit löytyvät tarvittaessa lähdemateriaaliksi tulevaa haastattelua varten. Valitettavasti radiotoimituksessa on usein niin kiire, että valmistautumiseen käytettävä aika on vähäinen. Tiukassa aikataulussa toimittaja joutuu usein luottamaan työkavereihin ja Internetiin tiedonlähteinä.

4.2 Kysymysten muodostaminen ja artistin kohtaaminen

Haastattelun kysymysten muodostaminen ja rajaaminen yleensä selkeytyvät taustatyötä tehdessä. On hyvä lukea myös muiden toimittajien tekemiä haastatteluja, jotta tietää, mitä artistilta on jo aikaisemmin kysytty. Jotta haastattelija osaisi laatia hyviä kysymyksiä, on hyvä tutustua alaa koskevaan kirjallisuuteen. Kysymysten tekemisestä tai laatimisesta on kirjoitettu monia kirjoja, joista löytyy erilaisten kysymysten laatimiseen kaikki tarvittavat ohjeet. Käytännössä nämä ohjeet pitäisivät olla toimittajan selkäytimessä, jotta kiireisen työpäivän aikana kykenisi tehokkaasti valmistautumaan haastatteluun. Tehokas valmistautuminen vaatii sen, että toimittaja pystyy keskittymään pelkästään tulevaan haastatteluun. Kallisarvoista aikaa ei voi joka kerta käyttää siihen, että etsii erilaisista manuaaleista mallia.

Haastattelijan täytyy osata esittää erilaisia kysymyksiä, erilaisten asioiden selvittämiseksi. Kysymykset ovat haastattelijan työkaluja ja niitä on työn onnistumiseksi käytettävä oikein ja oikeassa paikassa.

4.2.1 Laajat ja suppeat kysymykset

Haastattelussa esitettävät kysymykset voidaan jakaa kahteen kategoriaan: laajoihin ja suppeisiin kysymyksiin. Laajalla kysymyksellä tarkoitetaan sellaista kysymystä, jolla pyritään saamaan vastaus johonkin suureen ja kokonaisvaltaiseen asiaan tai kuinka jokin pieni asia suhteutetaan laajaan. Suppealla kysymyksellä pyritään saamaan selitys johonkin pienempään yksityiskohtaan. Mutta on kuitenkin huomattava, että kysymykset eivät määrity yksin näiden alalajien kautta, vaan molemmat kysymystyypit ovat osa samaa kysymysjatkumoa (Gorden 1992, 33).

Kirjassaan Gorden esittää, että kysymyksillä on neljä ulottuvuutta, joiden avulla kysymyksiä voi joko laajentaa tai kaventaa. Hän jakaa kysymysten tyypit toimijaan (The Actor), toimintaan (The Action), olennaisiin suhteisiin (Relevant Relationships) ja ympäristöön (Scene). Käytännössä Gorden käsittelee hieman teatterinomaisin termein sitä, kuinka kysymystä voi supistaa kaikkein laajimmasta suppeimpaan (Gorden 1992, 33.) Viikon Albumi -haastattelua ajatellen kysymykset voisivat olla vaikka tällaisia: *Minkälainen bändi on*

CMX? (The Actor), Minkälaisen levyn he ovat tehneet? (The Action), Mistä kertoo Pedot levyn kappale Kain ja kuinka se kuvaa koko albumia? (Relevant relationships) ja Miksi halusit vetopasuunasoolon yhdelle levyn kappaleista? (Scene).

Kysymysspektriä tiukentamalla tai laajentamalla voidaan saada helpommin selville asioita ja hahmottaa, missä vaiheessa kysyä mitään asiaa. Viikon Albumi -haastattelun kohdalla on mielestäni hyvä aloittaa laajasta kysymyksestä, jotta viihdeartisti voi omin sanoin selvittää bändin nykyistä olotilaa ja koota ajatuksiaan. Huolellisesta valmistautumisesta huolimatta toimittajakaan ei voi aina tietää kaikkea, mitä artistilla olisi kerrottavanaan. Tästä syystä haastattelua ei kannata vaikeuttaa esittämällä heti aluksi liian tiiviitä kysymyksiä, jotka antavat vain kapeita ja suppeita vastauksia. Esittämällä aluksi laajempia kysymyksiä haastattelijä voi ”kokeilla kepillä jäätä” ja kuulostella, mitä kaikkea artisti olisi valmis kertomaan. Mielestäni Viikon Albumi -haastattelun 15 minuutin aikaraja vaatii aiheiden käsittelyä joko yksittäisestä yleiseen tai yleisestä yksittäiseen. Tässä suhteessa haastatteleva ei juuri eroa tavallisesta tieteen tutkimustapa lajittelusta.

4.2.2 Haastattelukysymysten muoto

Haastattelun kysymyksiä tehdessä on päätettävä myös kysyykö artistilta niin kutsuttuja suljettuja kysymyksiä vai avoimia kysymyksiä. Käytännössä avoin kysymys on sellainen, joka ei tarjoa valmiita vastausvaihtoehtoja, esimerkiksi *Missä vaiheessa CMX on tällä hetkellä urallaan?* Tämän vastakohta olisi suljettu kysymys, joka voisi olla vaikkapa *Onko CMX urallaan alussa, keskivaiheilla vai lopussa?*, suljettu kysymys tarjoaa rajatut vaihtoehdot, josta pitäisi valita. Radiohaastattelun näkökulmasta mielenkiintoisempaa on kuulla artistin omia selityksiä asioille ja tapahtumille. Tästä syystä avoimet kysymykset ovat usein huomattavasti mielenkiintoisempia. Suljettujen kysymysten vaikeus on myös siinä, että haastattelijan pitäisi jo ennen kysymyksen esittämistä tietää mahdolliset vastausvaihtoehdot. Joskus suljetulla kysymyksellä voi kuitenkin säästää aikaa tai päästä kiinni monimutkaiseenkin teemaan.(ks esim. Gorden, 38.)

Viikon Albumi -haastattelun kysymyksissä tulee miettiä myös sitä, kysyykö jotakin asiaa suoraan vai epäsuorasti. Monesti artistien egot saattavat joutua liian kovalle koetukselle turhan tiukalla ja suoralla kysymyksellä. *Sen sijaan että kysyy oletko kopioinut tämän kap-*

paleen Beatlesiltä?, toimittaja voi kysyä: *Joidenkin mielestä tämä kappale kuulostaa hui-
kan Beatlesin kappaleelta, mitä mieltä itse olet?* Käytännössä epäsuora kysymys esitetään
joko niin, että haastattelija puhuu toisten suulla tai pyytää artistia kommentoimaan muiden
ihmisten tekemisiä tai mielipiteitä johonkin artistia itseään koskevaan asiaan. Suoran ky-
symyksen hyvänä puolena on se, että se voi olla tarvittavan provosoiva ja rehellinen; sellai-
nen, johon haastateltava haluaa tarttua, jonka hän haluaa oikaista tai lisätä asiaan jotakin.

Johdattelevat tai ”ladatut” kysymykset ovat sellaisia, joita haastateltavan tulisi käyttää va-
roen. Viikon Albumi -haastattelussa olennaista olisi kuulla artistin omia ajatuksia, ei toimit-
tajan istuttamia oletuksia tai mielipiteitä. Turhien piilotettujen merkitysten tai argumenttien
sisällyttäminen kysymyksiin on lopputuloksen kannalta melko vaarallista. Liian usein eten-
kin kokemattomat haastattelijat haluavat todistaa tietävänsä aiheesta jotakin erityistä kysy-
mällä jotakin täysin omilla mielipiteillä ladattuja kysymyksiä. Jos johdattelevia kysymyksiä
haluaa käyttää, haastattelijan on oltava varma, että haastateltavalla on kysymyksiin tai esi-
tyksiin olemassa jokin selkeä vastaus.

Mikäli artisti ei itsekään muista tapahtumien tai ole varma asioista johdatukset vievät haas-
tateltavaa vain kauemmaksi esitetyistä asioista. Jos haastateltava haluaa johdatella kysy-
myksillään tilannetta artistin henkilökohtaisten asioiden piiriin, se täytyy tehdä yhteiskun-
nallisesti hyväksytyjen normien ja etenkin hyvän maun mukaisesti. Toimittajan täytyy siis
tiedostaa kysymystensä rajat ja sen, kuinka pitkälle on soveliaista mennä (Gorden 1992, 40).
Tämä kaikki on tietenkin tilannekohtaista. Joskus rennossa keskustelutilanteessa artisti
avautuu, ilman sen kummempaa painostusta.

Viikon Albumi -haastattelussa viihdeartisti pitäisi saada kertomaan mielenkiintoisia anek-
dootteja tai kertomuksia. Siksi haastattelussa tulisi välttää kysymyksiä, jotka antavat vain
kyllä tai *ei* -tyylisiä vastauksia. Mitä, missä, milloin, kuka, miten ja miksi, ovat tässä suh-
teessa hyviä lauseenaloittamissanoja, koska niihin vastaaminen vaatii aina pidempää seli-
tystä. Niihin ei voi vastata sanoilla *kyllä* tai *ei*. Sen sijaan, etenkin oletko-, ootsä-, eikö-
tyyppisiä lauseenaloituksia tulisi välttää, koska ne eivät useinkaan tuota haluttuja tarinoita
tai anekdootteja. (Kujala, Lahti & Tamminen 1998, 58.) Vaikka yksittäinen kysymys ei
laukaisisikaan haastateltavassa halua kertoa mielenkiintoisia anekdootteja, niin jatkokysy-

mykset ovat sekä hyvä tapa osoittaa kiinnostusta että rohkaista haastateltavaa kertomaan lisää aiheesta:

Haastateltava: *Joidenkin biisien kohdalla oli suuria vaikeuksia saada ne kasaan.*

Haastattelija: *Niinkö? Minkä biisien kohdalla esimerkiksi?*

Myös *milloin* on erityisen hyvä sana haastatteluissa, koska sen luonne sitoo artistin heti johonkin aikaan, paikkaan tai tapahtumaan, joka synnyttää helposti anekdootteja (Brady 1977, 76). Kysymys voisi olla esimerkiksi: *Ville Valo, milloin huomasit ensimmäisen kerran, että suurella suosiolla on myös varjopuolensa?* Tämän tyyppiset asiat ovat kiinnostavia ja viihdyttäviä, koska ne kertovat itse tarinan lisäksi kertojasta ja hänen tavastaan suhtautua asioihin. Tällaisia tarinoita nimenomaan halutaan Viikon Albumi -haastatteluihin.

4.2.3 Artistin kohtaaminen

Haastattelun yksi tärkeimmistä vaiheista on itse artistin tai haastateltavan kohtaaminen. Ensimmäiset minuutit, jotka artistin kanssa vietetään, ratkaisevat pitkälti sen millainen haastattelusta tulee. Haastateltavaan on hyvä olla yhteydessä jo muutama päivä etukäteen mielellään puhelimitse, ja varmistaa, että tämä tietää, mistä on kysymys ja mitä ollaan tekemässä. Näin artisti tietää jo toimitukseen tullessaan kenen kanssa on asioimassa, mikä helpottaa jäänrikkomista. Ensimmäisten minuuttien aikana kohtaamisesta pitäisi pystyä luomaan rento ja keskustelulle mahdollinen ilmapiiri. Haastattelu toimii melkein kuin Broadway-musikaali: sen onnistuminen riippuu näyttelijöiden lisäksi myös valaistuksesta, puvuista ja musiikista (Gorden 1992, 65).

Ensikertaa radiossa esiintyville ihmisille ei välttämättä kannata jakaa liikaa ohjeita. Koska ne saattavat vain sekoittaa haastateltavaa ja lisätä jännitystä. Mielestäni tulevan haastattelun kysymykset ja niiden sisältö tulisi paljastaa haastateltavalle vasta lähetyksessä. Haastateltavaa kannattaa mieluummin lämmitellä puhumalla vaikka viime hetken kuulumisista tai varmistaa esimerkiksi levynjulkaisupäivät jne. (Kujala, Lahti & Tamminen 1998, 57). Moni alan opas peräänkuuluttaa myös non-verbaalisen viestinnän merkityksestä sekä ihmisiä kohdatessa että haastattelutilanteessa. Katsekontakti haastateltavaan kannattaa säilyttää

koko vuorovaikutustilanteen ajan. Se osoittaa, että olet aidosti kiinnostunut artistista ja että ennen kaikkea kuuntelet, mitä tällä on sanottavana.

Monet vaikeat haastateltavat ovat loppujen lopuksi heltyneet kertomaan asioita kun haastatteleja on ottanut avukseen teatterista tutut näyttelijöiden menetelmät samaistua roolihahmoonsa. Jokaisella artistilla on joskus huonojakin päiviä, mutta ne pitäisi saada unohtumaan jo ennen haastattelua. Tästä syystä teatterista tutut Stanislawskin kehittämät henkilöön tai rooliin samaistumisen tekniikat toimivat myös toimittajan työssä. Mitä enemmän kykenee jo ensitapaamisella luomaan tunnelman, että toimittaja todella ymmärtää juuri toimitukseen tullutta huonotuulista vierasta, sitä vaikeampaa vieraan on jatkaa tuittuun ja pahantuulisuuttaan (Brady 1977, 53). Jos artisti kokee, että tilanteessa on molemminpuolinen ymmärrys, hänen on todennäköisesti helpompi vastata haastattelussa vaikeisiin kysymyksiin.

4.3 Tunne kenttäsi

Vaikka haastattelemineen on taito, jonka voi oppia, ihmisen koko henkilöhistoria ja omat kiinnostuksen kohteet vaikuttavat siihen, minkälaisen haastattelun tekemiseen kukin soveltuu. Poliitiikan toimittaja on todennäköisesti aina ollut kiinnostunut politiikasta, mutta joutuu päivittämään osaamistaan juttukohtaisesti. Samalla tavalla YleX:n Viikon Albumi -haastattelu käsittelee populaarikulttuuria, etenkin musiikin näkökulmasta.

Albumit tulee nähdä aikakautensa ilmiöinä: ne on kyettävä rinnastamaan artistien aikaisempiin tuotoksiin, muoti-ilmiöihin, tyyliuuntiin ja ajan henkeen. Tästä syystä laaja tuntemus musiikista on olennaista, koska on miltei mahdotonta luoda minkään ohjekirjan mukaisesti olennaisia kysymyksiä, jollei tiedä alaan liittyvää termistöä ja eri alalajeja. Musiikki itsessään on jotakin sellaista mikä kuullaan. Tästä syystä albumia tai yksittäisiä kappaleita analysoitaessa ja niistä keskusteltaessa on kyettävä vertailemaan jo tehtyihin kappaleisiin, tyyliuuntiin tai ilmiöihin. Tämä vaatii myös oman asiantuntijuuden jatkuvaa päivittämistä.

Populaarimusiikin analysointia vaikeuttaa sekin, että kyseessä on taiteenlaji, joka muodostuu kahdesta osasta: itse musiikista melodisena elementtinä sekä sanoituksesta. Molemmat taiteenlajit kertovat artistin ajatusmaailmasta, arvoista ja tunnemaailmasta. Jos esimerkiksi

Maija Vilkkumaa on tehnyt uuden levyn, jossa käsitellään eroa, ja samaan aikaan hän on ollut esillä päivälehdissä oman eronsa takia, on melko olennaista kysyä asiasta: *Onko kyseessä erolevy?* Artistit ovat halukkaita oikaisemaan juoruja ja huhuja suoran haastattelun yhteydessä, sillä he tietävät, että asioita ei käännetä heitä vastaan tai muokata olennaisesti esimerkiksi iltapäivälehden lööppiä varten.

Artistin luoma musiikki on usein hyvin henkilökohtaista ja jotkut artistit ovat sitä mieltä, että niitä on turha yrittää selittää auki. Kuitenkin itse musiikin luominen, sen sanoma sekä sen esittäminen ovat sellaisia asioita, joista kuulija on luultavasti kiinnostunut. Tästä syystä sellainen artisti tai muusikko, joka kykenee itse analysoimaan tekemisiään verbaalisesti ja luottaa siihen, että haastattelija ymmärtää mistä hän puhuu musiikin tyyliuunnan puitteissa, on miltei aina mielenkiintoinen.

5 VIIKON ALBUMI –HAASTATTELUT ANALYYSIN KOHTEENA

Viidentoista minuutin mittainen Viikon Albumi -haastattelu on osa YleX Tänään-ohjelmaa. YleX Tänään on ajankohtaisohjelma, joka tuli vuoden 2003 kanavauudistuksen myötä Pressiklubi nimisen ohjelman tilalle. Aivan kuten edeltäjänsä YleX Tänään on ensisijaisesti tiukkaan journalistiseen osaamiseen pohjautuvaa asiaohjelmaa, jonka ohjelmaosat ja sarjat käsittelevät päivän tai viikon tärkeimpiä puheenaiheita kuitenkin niin, että kuulijat viihtyvät. Viikon Albumi -haastattelu esitetään YleX Tänään -ohjelmassa joka maanantai. Viikon albumiksi valitaan jokin suomalaisen artistin tekemä (usein vielä julkaisematon) uutuuslevy, jolta soitetaan viikon jokaisena arkipäivänä kello 10.30 yksi kappale ja näin kuulijoille esitetään uutta tulevaa kotimaista musiikkia.

Musiikin soittamisen lisäksi viikon albumista tehdään joka maanantai noin 15 minuutin suora haastattelu kello 11.10. Viikon Albumi -haastattelun yhteydessä, ennen haastattelua, haastateltavilta kerätään niin sanotut kappalelainaukset tai kuten arkikielessä kutsutaan 'bii-siquotit'. Kun jokaisena arkipäivänä kello 10.30 voi kuulla uuden kappaleen uudelta levyltä, niin kappaletta ennen ajetaan lähetyksessä artistin oma kommentti kyseisestä kappaleesta ja siitä, mistä se kertoo ja kuinka se syntyi. Lainaukset nauhoitetaan siis etukäteen ja koostetaan sitten jokaiselle päivälle erikseen. Tällaisen pienimuotoisen haastattelutilanteen

hyöty ennen itse suoraa haastattelua on suuri, sillä omista kappaleista puhuminen virittää artistin oikeaan tunnelmaan. Tämä lyhyt haastattelu toimii myös eräänlaisena jäänrikkojana artistin ja haastattelijan välillä.

Opinnäytetyössäni tutkin tarkemmin kahta tekemääni Viikon Albumi -haastattelua. Olen valinnut tekemieni haastattelujen joukosta kaksi, jotka eroavat toisistaan melko paljon. Viihdeartistina CMX-yhtyeen A.W. Yrjänä hallitsee haastattelutilanteen hyvin, koska hän on tehnyt Viikon Albumi -haastatteluja aikaisemminkin. Hänen kykynsä hallita haastattelutilannetta ja käyttää hyväkseen haastattelun tuomaa julkisuutta, on huomattavasti tehokkaampaa, kuin esimerkiksi Regina-yhtyeen Iisa Pajulan.

Ensimmäiseksi käsittelen Regina-nimisen elektropop-duon laulajan, Iisa Pajulan, haastattelua (LIITE 3 CD raita 1). Iisa Pajulan haastattelun olen valinnut, koska Regina julkaisi syksyllä 2005 esikoisalbuminsa 'Katso maisemaa', jonka myötä hän oli ensimmäistä kertaa Viikon Albumi -haastattelussa. Toiseksi haastatteluksi olen ottanut CMX-yhtyeen keulakuvan, A.W. Yrjänän, Viikon Albumi -haastattelun (LIITE 3 CD raita 2). CMX julkaisi syksyllä 2005 Pedot-nimisen albuminsa, joka oli järjestyksessään kymmenes CMX-albumi. A.W. Yrjänälle Viikon Albumi -haastattelu oli siis jo entuudestaan tuttua puuhaa.

Näistä kahdesta haastattelusta tekee mielenkiintoisen se, että ne ovat keskenään hyvin erilaiset. Artistien musiikki on hyvin erilaista, he ovat täysin eri vaiheessa urallaan, toiselle haastattelut ovat arkipäivää, toiselle ei jne. Tästä syystä, vaikka kyseessä onkin haastattelu, joka lähetetään maanantaisin samalla ohjelmapaikalla niin, itse haastattelemisen ja sen toteutus näiden kahden artistin välillä eroavat toisistaan paljon. Kysymysten laatiminen ja haastatteluun valmistautuminen eivät niinkään eroa toisistaan, mutta nimenomaan artistin lähestymisessä ja ihmisen kohtaamisessa ennen haastattelua on näiden kahden välillä suuria eroja. Kokematon haastateltava vaati enemmän huomiota kuin kokenut.

Haastatteluiden reflektoinnissa lähdin siitä, että itse haastatteluun valmistautuminen on jo jossain määrin tehty. Tulen kuitenkin perustelemaan miksi olen valinnut jonkin tietyn kysymyksen johonkin tiettyyn kohtaan (ks Liite 1). Itse kysymystenlaatimisen perusteita olen mielestäni käsitellyt edellä jo riittävästi. Liite CD:n sisältämien haastatteluiden tarkoitus ei ole olla maailmaa mullistavia taideteoksia, jotka paljastavat haastattelun syvimmän ole-

muksen. Tarkoitukseni on selvittää tekemieni haastattelujen kautta asioita, joita olin oivaltanut, ja mitä en vielä ollut oivaltanut haastattelutilanteesta.

Näitä haastatteluja analysoimalla pyrin siis saamaan vastauksia asettamiini tutkimuskysymyksiini joita siis olivat:

- Minkälaisin menetelmin nykyaikaisessa nopeatempoisessa lähetysvirtaradiossa syntyy mielenkiintoinen ja pintaa syvemmälle menevä haastattelu?
- Miten lähelle laadukkaan viihdehaastattelun tavoitteita on mahdollista päästä 15 minuutin Viikon Albumi -haastattelun aikana?

5.1 Iisa Pajulan haastattelu

Regina on tamperelainen yhtye, jonka laulaja Iisa Pajula ja muusikko Mikko Pykäri perustivat alkuvuodesta 2005. Yhtye esittää musiikkiaan suomeksi ja on päättänyt tuoda suomalaiseseen musiikkiin uudelleen elektropop-tyylisen musiikin, jota ei ole vähään aikaan Suomessa kuultu, ainakaan suomeksi laulettuna. Elektropop on monille tuttu musiikkityyli 90-luvun alussa vaikuttaneilta suomalaisilta yhtyeiltä, esimerkiksi Aikakone, Taikapeili ja Nylon Beat luetellaan usein tämän tyylisuunnan edustajiksi. 2000-luvulla elektro-popin vaikutteita on jälleen alkanut ilmetä etenkin pohjoismaisessa rockmusiikissa. Tämä tausta tekee Reginasta mielenkiintoisen yhtyeen, Miten nykypäivään istuu vanha kunnon konsepti 'syntetisaattori ja laulaja'?

Reginan kohdalla päätin, että haastattelun pääpaino on uudessa levyssä ja yksinkertaisesti siinä, että bändi täytyy esitellä melko tarkasti kuulijalle, koska se on monille uusi tuttavuus. Koska Reginan laulaja Iisa Pajula ei ollut tehnyt aikaisemmin Viikon Albumi -haastattelua, soitin hänelle jo edellisellä viikolla, mitä tullaan tekemään ja mihin kellon aikaan. Haastattelua ennen selvitettiin myös, mitkä viisi kappaletta levyltä esiteltäisiin tulevana arkipäivinä kuuntelijoille. Tämän lyhyen puolen tunnin aikana, teimme edellä mainitsemani ”biisi-quotet” ja keskustelimme muutamista levyn yksityiskohdista. Ilmapiiri toimivalle haastattelulle oli rakennettu. Kysymysrungot, jotka minulla oli itse haastattelutilanteessa ovat työn liitteenä (ks. LIITE 1). Reginan haastattelun kysymyksiin olen lisännyt kommentteja siitä,

mihin niillä pyrin ja mitä niillä tavoittelin. (Reginan haastattelu CD raita 1). Haastattelu on CD-levyllä sellaisena, kun se lähetettiin syksyllä 2005.

5.2 Iisa Pajulan haastattelun analyysi

Iisa Pajulan haastattelu oli varsin tavallinen Viikon Albumi -haastattelu. Sen tarkoituksena oli yksinkertaisesti esitellä kuulijoille artistit ja heidän esikoisalbuminsa, ja niiltä osin se ajoi asiansa hyvin. Alusta alkaen tavoitteenani oli pysytellä haastattelussa taustalla. Usein sellaiset artistit, jotka eivät vielä täysin ole tottuneet haastattelutilanteeseen, kokevat liian tiiviin kysymystahdin ja päälle puhumisen häiritsevänä ja ehkä tunkeilevana. Tästä syystä pyrin säilyttämään mahdollisimman rauhallisen kysymystahdin ja rennon tunnelman studiossa.

Rauhallinen tunnelma vähentää yleensä haastateltavan jännittämistä. Artistin esittelyssä eli alkujuonnosta pystyn ainakin itse kuulemaan lievät tekniset ongelmat, joita studiossa oli juuri sillä hetkellä, kun minidisc-soitin ei meinannut lähteä pyörimään. Ajatukseni olivat siis alkuesittelyssä hieman muualla. Tämä kuitenkin kuvastaa vain sitä, minkälaisia ongelmia tulee eteen suoraa lähetystä tehtäessä.

YleX:n studiossa radiohaastattelua tehdessä törmää joka kerta ongelmaan, jota useiden alan oppaiden ja kirjojen mukaan tulisi välttää; haastattelijan ja haastateltavan väliin tulee massiivinen äänipöytä, joka eristää haastattelijan ja haastateltavan melko kauas toisistaan (ks. esim. Gorden 1992, 48). Tästä syystä katsekontaktin säilyttäminen ja oikean tunnelman ylläpitäminen saattaa välillä olla melko haastavaa. Teknisistä ongelmista johtuen, tilanne oli haastava myös Iisa Pajulan kohdalla. Kaikki se, mitä tapahtuu, kun haastateltava vastaa kysymykseen, on ensisijaisen tärkeää. Katsekontaktilla ja muutamalla päännyökytyksellä voi osoittaa, että on kiinnostunut siitä, mitä minulle juuri sillä hetkellä kerrotaan. Haastattelutilanteessa kysymykset ja niiden järjestys olisi hyvä muistaa miltei ulkoa. Tämä vapauttaa keskittymisen kuuntelemiseen ja äänipöydän hallitsemiseen.

Hyvän haastattelijan tunnistaa aina hänen kyvystään kuunnella, ja sitä kautta kyvystä esittää mielenkiintoisia jatkokysymyksiä. Omasta mielestäni Iisa Pajulan haastattelu jäi ehkä hieman liian kaavamaiseksi. Jatkokysymyksiä olisi voinut tehdä enemmän. Joihinkin yksittäi-

siin aiheisiin olisin jatkokysymysten avulla voinut jäädä hieman pidemmäksi aikaa. Itse albumin sisältöön ja kappaleisiin olisi ehdottomasti pitänyt käyttää enemmän aikaa.

Regina on kuitenkin uusi artisti ja sen esikoislevynsä oli vasta ilmestynyt, joten toisaalta haastattelun aikana oli käsiteltävä melko monta eri osa-aluetta. Haastattelijan onneksi Iisa Pajula osasi itse tuoda esille monia mielenkiintoisia asioita. Annoin hänen puhua myös melko pitkään, sillä pidin hänen tavastaan kertoa asioita. Liian monta kertaa tosiin sorruin haastattelun aikana kardinaalivirheeseen eli aloitin peruskysymyksen sanalla *onko*, jolloin kysymykseen olisi voinut vastata yhdellä *kyllä*- tai *ei*-sanalla. Näiden asioiden lisäksi haastattelu olisi voinut olla yksinkertaisesti hieman kevyempi, kun kyseessä on kuitenkin elektro-poppia esittävä yhtye, jonka musiikki on todella naiivia, hauskaa, tanssittavaa ja iloista musiikkia. Haastattelussa olisi voinut ehkä esittää hieman kepeämpiä kysymyksiä.

Haastattelu olisi kaivannut myös muutaman mielenkiintoisen anekdootin tai lyhyen tarinan levyn tekemisestä tai keikkatilanteista. Lyhyiden, mielenkiintoisten tarinoiden avulla kuulija olisi voinut saada Regina-yhtyeen lisäksi selkeämmän kuvan myös Iisasta henkilönä; millainen hän on ihmisenä ja artistina. Toisaalta yleensä silloin, kun aloittelevat artistit pysyvät kertomaan kiinnostavia tarinoita itsestään, niin toimittaja on saattanut jo etukäteen tietää, että tämä tietty hauska tarina on olemassa jonka jälkeen se on vain rohkaistu esiin suorassa lähetyksessä tyyliin: *Kuulin, että teille sattui mielenkiintoinen vahinko Etelä-Amerikassa?*

Kuten haastattelusta kuuluu, tilanteessa syntyi joitakin ylimääräisiä kysymyksiä, joita ei kysymysrungoissa ollutkaan. Kaiken kaikkiaan tuon vähän alle 15-minuuttisen olisi voinut jakaa selkeämmin rakenteellisesti osiin. Hyvä rakennejako on esimerkiksi perinteinen Aristoteleen oppien mukainen tarinan kolmijakoinen rakenne (ks. esim. Hiltunen 1999, 45). Aluksi olisin voinut esitellä itse yhtyeen huolellisesti. Tämän jälkeen olisin siirtynyt puhumaan uudesta levystä, ja lopuksi olisimme voineet keskustella levyn ja koko musiikkityylin luonteesta ja tulevaisuudesta Suomessa, ja siitä, millainen ilmiö elektro-pop tällä hetkellä on. Lopuksi kuulijalle olisi tarjottu perusinformaatio; missä artisti on keikoilla, koska levy julkaistaan ja miten tästä eteenpäin. Vaikka rakenne osin toteuttaakin tätä kaavaa, syventymisen puute joidenkin osa-alueiden kohdalla jättivät haastattelun hiukan pinnalliseksi ja ontoksi.

Reginan haastattelussa oli toki paljon hyvääkin. Tunnelma studiossa oli melko leppoisa ja turha jännittäminen puuttui lähes kokonaan. Ilmapiiri oli keskustelunominainen, mikä mahdollisti mielenkiintoisen vuorovaikutuksen. Kuulija sai luultavasti selkeän kuvan siitä kuka artisti on ja minkälainen levy on kyseessä. Pohdittaessa sitä, kuinka lähellä tämä haastattelu oli ideaalia tai ”täydellisestä”, niin ainakin ensikertalaisen haastateltavan ja vasta vähän aikaa alalla olleen toimittajan näkökulmasta se oli aika lähellä sitä. Mikäli muistellaan edelle tekemääni kuvaa (KUVA 3), mielestäni haastatteluun vaikuttavien tekijöiden odotukset ja tavoitteet kohtasivat varsin hyvin. Mutta edelleen olen kuitenkin sitä mieltä, että haastattelu olisi tarvinnut hiukan poikkeamista sen kaavamaisuudesta, ja se olisi myös voinut olla hieman rohkeampi.

5.3 A.W. Yrjänän haastattelu

Tässä luvussa tarkastelen toista valitsemaani Viikon Albumi -haastattelua eli CMX-yhtyeen keulakuvan A.W. Yrjänän kohtaamista (LIITE 3, CD raita 2). Haastattelun kysymykset kommentteineen ovat liitteenä lähteissä. Tunnelma haastattelussa oli hieman erilainen ja haastattelutilanne oli enemmän keskustelunomainen. Tämän mahdollisti muun muassa se, että A.W. Yrjänä on tottunut kohtaamaan toimittajan ja tottunut analysoimaan musiikkiaan ja sanoituksiaan. Tässä haastattelussa voimasuhteet olivat toisenlaiset kuin Iisa Pajulan kanssa: toimittajana itseäni jännitti keskustella miehen kanssa, jolla toimittajien keskuudessa yleisesti ”vaikean” haastateltavan maine.

Alun perin torniolainen CMX-yhtye on tehnyt musiikkia jo vuodesta 1985. Yli kahdenkymmenen vuoden aikana bändi on julkaissut kaikkiaan 13 albumia, joista kolme on kokoomalevyjä ja kymmenen studioalbumia. Viime vuonna bändi valittiin Rumba-lehden äänestyksessä kaikkien aikojen parhaaksi yhtyeeksi. Äänestyksessä CMX päihitti muun muassa sellaiset maailman rokin jättiläiset, kuten Led Zeppelinin ja Metallican.

Kyseessä ei siis ole mikään pieni tai vähäpätöinen suomalainen orkesteri. CMX on kiistatta yksi merkittävimmistä suomalaisista orkestereista koskaan, ja sen suosio ei ole kovinkaan helposti selitettävissä. CMX tekee nykyään määrällisesti melko vähän keikkoja, eikä sen jäseniä pahemmin näe juorulehdistön palstoilla tai haastatteluissa ylipäätään. Silti mediassa esilläolon niukkuudesta huolimatta CMX on etenkin viime vuosina noussut ennennäkemät-

tömään suosioon. Kahdenkymmenen vuoden aikana bändiltä on varmasti kysytty jo kaikkia mahdollisia asioita. Tämä tekee CMX:stä ja sen keulakuvasta A.W. Yrjänästä haastavan mutta mielenkiintoisen haastateltavan. Miten rajata lyhyeen 15-minuutin haastatteluun bändi, joka on miltei yhtä vanha kuin haastattelija?

Päätin heti aluksi, etten aio keskittyä niinkään CMX-yhtyeen menneisyyteen, sillä hieman tätä haastattelua aikaisemmin CMX julkaisi Cloaca Maxima II -nimisen kokoelma-albumin, jonka yhteydessä lehtien ja muiden medioiden haastatteluissa ruodittiin CMX:n menneisyys melko yksityiskohtaisesti läpikotaisin. Tästä syystä päätin, että keskityn haastattelussa ensisijaisesti yhtyeen tämänhetkiseen tilanteeseen. CMX oli vuonna 2005 useissa äänestyksissä valittu lopullisesti Suomen suurimpien bändien joukkoon. Pedot-albumi oli ensimmäinen levy, jonka bändi julkaisi tuon käsittämättömän menestyksekkään vuoden jälkeen. Tästäkin näkökulmasta katsottuna Pedot-albumi oli bändille jonkinlainen uusi alku - miksen siis keskittyisi pääasiallisesti siihen?

Tiesin jo ennen haastattelua kollegoilta kuulemieni tietojen perusteella, että A.W. Yrjänä puhuu melko paljon. Yritinkin pitää kysymykseni melko yksinkertaisina ja antaa hänelle haastattelun aikana melko paljon tilaa. Avoimien kysymysten avulla pyrin saamaan haastattelusta enemmän keskustelunomaisen tilanteen. A.W. Yrjänä on tehnyt ja antanut haastatteluja jo niin kauan, että hän myös osaa ilman sen kummempaa rohkaisua kertoa sellaisia tarinoita ja asioita, jotka ovat varmasti sekä fanien että perus kuulijoiden mielestä kiinnostavia. A.W. Yrjänää piti ikään kuin vain johdatella puhumaan tietyistä asioista. Liitteisiin olen koonnut jälleen ne kysymykset, jotka olivat käytössä itse haastattelutilanteessa (ks. LIITE 2). Käsittelyssä on haastattelu, jossa haastateltava on selkeästi kokeneempi haastattelutilanteessa kuin haastattelija.

5.4 A.W. Yrjänä -haastattelun analyysi

A.W. Yrjänän haastattelu oli minulle kaikin puolin mieluinen kokemus. Sain mielestäni ensimmäisellä kysymyksellä koottua paljon kokeneen ja levyttäneen bändin näppärästi tähän hetkeen siten, että A.W. Yrjänä itse sai kommentoida ja kertoa missä vaiheessa CMX bändinä tällä hetkellä on. Haastatteluna A. W Yrjänän haastattelu on yksi helpoimmista, mitä olen koskaan tehnyt. A.W. Yrjänä saapui hyvissä ajoin toimitukseen, mikä helpotti

kahden ihmisen välisen jään rikkomista. Olin myös soittanut A.W. Yrjänälle edellisviikolla ja kertonut, mistä Viikon Albumi -haastattelussa on kyse. Siksi hänen oli helppo tulla toimitukseen, kun hän tiesi jo etukäteen kenen kanssa hän tulee olemaan tekemisissä. Tosin A.W. Yrjänä on vuosien varrella ehtinyt saada aika monta ystävää toimituksestamme.

Hyvälle keskustelulle mahdollinen ilmapiiri oli siis heti alusta alkaen istutettu ja tämän kaiken lisäksi A. W Yrjänä sattui olemaan vielä todella hyväntuulinen kyseisenä päivänä. Ennen haastattelua keräsin häneltä niin kutsutut biisiquotet, joissa hän kertoo yksityiskohtaisemmin viidestä kappaleesta, jotka löytyvät uudelta albumilta. Tämän yhteydessä on helppo hieman kartoittaa, minkälaisista asioista hän olisi valmis puhumaan itse haastattelussa. Kappaleita kuvaillessa artisti puhuu aina albumin syntymisestä ja sen sisällöstä. Näin ollen se on myös haastattelijan viimeinen, mutta sitäkin parempi mahdollisuus saada osviittaa siitä, minkälaisia asioita kannattaisi nostaa esiin itse haastattelussa.

Pedot-albumi oli haastattelun ensimmäisessä osiossa pääsijalla. Kysymykset painottuivat lähinnä siihen, minkälainen albumi on, mitkä ovat sen teemat ja kuinka se syntyi. A. W Yrjänä kertoi omatoimisesti näistä asioista, joten en halunnut rikkoa omilla kysymyksilläni haastateltavan tajunnanvirtaa. Sen lisäksi, että A.W. Yrjänä on tunnettu kappaleidensa sanoituksista ja sanomista, hänet tunnetaan myös ajattelijana. Haastattelun yksi parhaista hetkistä omaa työtäni ajatellen on se, miten yksityiskohtaisesti A.W. Yrjänä kertoi sanoituksistaan ja kappaleiden teemoista. A.W. Yrjänältä oli myös edellisviikonlopun iltapäivälehdessä pyydetty selittämään sanoituksiaan, mutta jostain syystä hän ei silloin suostunut niitä kommentoimaan. Luultavasti haastattelun leppoisa ja rauhallinen ilmapiiri sekä suoran lähteyksen tuoma takaus siitä, että sen minkä sanot, menee sellaisenaan ulos, toimivat hyvin tässä haastattelussa..

Haastattelussa on tällä kertaa läsnä myös selkeä huumorinvivahde, joka minua itseäni ilahdutti suuresti. Mielestäni nuorille suunnatussa ohjelmassa tai haastattelussa voi puhua vaikeista asioista, mutta se on tehtävä jollain tapaa viihdyttävästi. CMX-haastattelussa eksyttiin välillä puhumaan kriittiseen sävyyn demokratiasta ja aikakaudesta, jossa elämme. Jatkoin itse keskustelua näistä aiheista, koska mielestäni ne kertovat paitsi A.W. Yrjänästä itsestään, myös siitä, minkälaiden asioiden ympärille Pedot-albumilla pyöritään ja kuinka levy kuvastaa aikaansa. Haastattelussa pyrin aikaansaamaan melko intiimin tunnelman ja

samanaikaisesti sellaisen tunnelman, johon kuulijan olisi helppo päästä mukaan pöydän ”ääreen istumaan” ja kuuntelemaan.

Haastattelun seurattavuutta helpottaa myös se, että olin Reginan haastatteluun verrattuna jakanut sen selkeämmin kahteen osaan: albumiin ja CMX-ilmiöön. Tällä tavalla haastattelu soljui mukavasti yksittäisestä uudesta asiasta eli levystä hieman laajempaan asiaan eli siihen, minkälaisesta ilmiöstä on kyse kun puhutaan CMX:stä. Hyvän ja toimivan haastattelun tunnusmerkkejä löytyy haastattelusta paljon ja jos keskityn omaan haastattelusuoritukseeni, mielestäni onnistuin melko hyvin.

Jatkokysymyksiä oli riittävästi, muttei kuitenkaan niin paljon, että ne olisivat haitanneet haastateltavan ajatusvirtaa. Kysymyksilläni ja niiden esittämistyyllillä pystyin antamaan kuulijoilla kuvan siitä, missä vaiheessa CMX on urallaan nyt, minkälainen on uusi Pedot-albumi, ja mitä mieltä A.W. Yrjänä on itse siitä, mitä hänen johtamasta yhtyeestä kirjoitetaan ja mitä ihmiset siitä ajattelevat. Ehkä yksi tunnusmerkki onnistuneesta haastattelusta oli se, että A.W. Yrjänä halusi jatkaa asioiden puimista ja puhumista vielä sen jälkeenkin kun mikrofonit oli suljettu ja kappale oli lähtenyt soimaan.

Haastattelun heikkoutena voisi ehkä pitää sen hieman hidasta tempoa mutta sekin johtui mielestäni suureksi osaksi siitä, millä tavalla haastateltava puhui ja kokosi ajatuksiaan. Joskus rauhallisempi tahti toimii paremmin. CMX-haastattelussa puhutaan välillä korkealentoisistakin asioista, siksi lienee hyvä, ettei turha vauhti tehnyt niistä kuulijoille siansaksaa. Hieman kriittisempikin olisin voinut olla albumia kohtaan ja kiinnittää enemmän huomiota sellaisiin albumin asioihin, joista en pitänyt. En kuitenkaan löytänyt juurikaan negatiivisia asioita, joita olisin halunnut pelkästään ”ärsyttämismielessä” lähteä käsittelemään. Kaiken kaikkiaan haastattelu oli hyvä esimerkki siitä, minkälainen viihteellinen artistihaastattelu voi olla YleX-kanavan lähetysvirrassa.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Lähetysvirtaradiota on monesti haukuttu liian yksipuoliseksi ja itseään toistavaksi mediasa. Voisiko kuitenkin olla niin, että radioasemalla, joka perustuu soittolistapohjaiseen ohjelmistoon, kyettäisiin vielä tarjoamaan mielenkiintoista ja informatiivisia ohjelmanosasia?

Voiko Viikon Albumi -haastattelu olla muutakin kuin vain mainostamista? Minkälaisin menetelmin syntyy mielenkiintoinen viihdeartistihaastattelu? Tarjosivatko tekemäni haastattelut mitään uutta tai mielenkiintoista musiikinsoiton väliin?

Tämänhetkistä radiokenttää tarkastelemalla ja etenkin nuorille suunnattuja radioasemia tutkimalla, voidaan sanoa, että miltei kaikkialla soi samankaltainen musiikki. Tällaisessa tilanteessa sisältö ratkaisee sen, mitä kanavaa ihmiset kääntyvät kuuntelemaan. Mielestäni lyhyessä viidentoista minuutin ajassa on mahdollista tehdä informatiivinen ja syvälinenkin haastattelu, jonka tarkoituksena on entisestään syventää kuulijan suhdetta soitettuun musiikkiin ja haastateltavaan viihdeartistiin.

Tarkoituksena on siis tuoda haastateltava viihdeartisti mahdollisimman lähelle kuulijaa, aidossa ja helposti lähestyttävässä ilmapiirissä. Onnistunut viihdeartistihaastattelu syntyy hyvin pitkälti samoin menetelmin, kuin mikä tahansa haastattelu. Valmistautuminen ja toteutus eivät niinkään eroa mistään muista haastattelumuodosta. Erityistä huomiota on vain kiinnitettävä siihen, minkälainen ihminen on tulossa vieraaksi. Kuitenkin omia haastatteluja tarkasteltuani haluan painottaa, että kriittisyys ja viihdyttävyys ovat sellaisia asioita, jotka erottavat tämän haastattelumuodon muista. Kun kohtaa haastattelutilanteessa viihdeartistin, joka osaa käyttää haastattelutilannetta hyväkseen, niin haastattelijalle lankeaa suurempi vastuu siitä, että haastattelussa käsitellään ne asiat mitkä pitikin. Haastattelija on vastuussa siitä, että kuva joka luodaan viihdeartistista ja hänen levystään on todenmukainen.

Mielestäni soittolistavetoisessa radiossa ja sen haastatteluissa on mahdollista ja pitääkin esittää kritiikkiä, joitakin albumia koskeviin asioihin. Eri radioiden kilpailuhenkisyys ei ainakaan vielä ole YleX:ssä johtanut siihen, että siellä alettaisiin tehdä haastatteluja, joissa kaikki on hyvin tai mukavaa koko ajan. Kriittisyyttä haastatteluissa täytyy olla, mikäli siihen on aihetta. Kahdessa tekemässäni haastattelussa sitä ei esiintynyt kovinkaan paljon, koska en yksinkertaisesti nähnyt sille paljon aihetta. En esimerkiksi koe olevani mikään kovin suuri elektropop-musiikin ystävä mutta oma henkilökohtainen mieltymykseni ei ole riittävä syy teilata uutta albumia. On pyrittävä suhteuttamaan levyjen musiikki siihen tyyliin, jota se edustaa ja sen tyyliin puitteissa on yritettävä löytää sen mahdollisia vikoja tai hyviä puolia.

Luultavasti yksi syy siihen, miksi YleX on viime vuosina menestynyt kanavana ja pärjännyt kanavien välisessä kilpailussa kuuntelijoista on se, että se pystyy tarjoamaan ohjelmia, jotka ovat sisällöllisesti hyvin toimitettuja ja antavat kuulijalle mahdollisimman paljon informaatiota ja samalla viihdyttävät. Jos haastattelu on onnistuneesti toteutettu, ”mainostaminen” muuttuu tiedottamiseksi. Kyseinen albumi on tulossa kauppoihin tiettyä päivämääränä mutta haastattelun pääpaino ei ole siinä vaan siinä, mitä levyille on sisällytetty ja kuinka siitä tuli sellainen.

Kaksi tekemääni haastattelua erosivat melko paljon toisistaan, vaikka kyseessä on samalla ohjelmapaikalle esitettävä viikoittainen haastatteluosio. Jokainen haastattelu on erilainen ja se tekee niistä mielenkiintoisia. Viikon Albumi -haastattelut tehdään suorassa lähetyksessä ja ne tapahtuvat juuri nyt. Mikäli et ole vastaanottimesi äärellä juuri sillä hetkellä, niin ne ovat auttamattomasti kadonneet radioaaltoina jonnekin avaruuteen. Hyvät haastattelut vaativat hyviä haastattelijoita niitä tekemään. Tästä syystä niitä ei kaikilta kanavilta tule. Yleisradio organisaationa ja samalla YleX kykenee vielä jossain määrin työllistämään riittävän suuren määrän ihmisiä, joka mahdollistaa hyvin toimitettujen ohjelmien tekemisen. Onnistunut ja mielenkiintoinen haastattelu vaatii huolellisen valmistautumisen. Siksi toimituksen muiden töiden ohella on oltava tarvittava aika tähän. Monipuolinen ja journalismin eri osa-alueita hallitseva henkilöstö on ehto sille, että ohjelmatarjonta nousee kesinkertaisen yläpuolelle.

Nopeatempoisessa lähetysvirtaradiossa on siis vielä mahdollista tehdä laadukkaita haastatteluja niin, että ne jaksottavat ja muuntelevat muutoin melko samankaltaista musiikillista ohjelmatarjontaa. Kysymys on vain siitä, että kuinka artistien haastattelut toteutetaan ja mitkä asiat rajataan 15 minuutin aikarajan sisään. Vaikka uudistettua soittolista vetoista radiota vastaan on hyökätty arkipuheessa melko voimakkaasti, usein itse muutosta vastustetaan niin paljon, että unohdetaan tarkastaa kanavan todellinen ohjelmatarjonta ja kuunnella, miten moninaisia ohjelmia kanavalla on todellisuudessa tarjolla.

Haastattelemineen on yksi toimittajan perustaidoista, jonka perusteet jokainen pystyy opiskelemaan alan kirjallisuudesta ja erilaisista radiotyön oppaista. Olennaista on löytää itselle ominainen tapa tehdä haastatteluja ja keksiä tapoja parantaa omaa omaperäistä tyyliä. Perusasiat eli valmistautuminen, peruskysymykset ja yksinkertainen haastattelun toteuttami-

nen vievät yllättävän pitkälle. Jokaisen haastattelijan kehittyminen jatkuu sitä mukaan, mitä enemmän haastatteluja tekee. Oma kehittymiseni jatkuu myös. Olen näiden kahden analysoimani haastattelun jälkeen tehnyt työpaikallani YleX-kanavalla samaa ohjelmapaikkaa ja jo nyt puolen vuoden jälkeen olen mielestäni kehittynyt paljon. Rutiininomainen haastattelutilanteen harjoittelu luo uudenlaista itsevarmuutta ja hallintaa haastattelutilanteeseen.

Haastattelua koskevat perusasiat on hyvä omaksua, mutta kaikkein tärkeintä haastattelemisessa on mielestäni edelleen se, että kykenee luomaan studiossa sellaisen tilanteen, joka mahdollistaa keskustelun. Tämän tilanteen luominen alkaa ensimmäisestä puhelinsoitosta tai tapaamisesta ja jatkuu aina siihen saakka kunnes vieras saatetaan ulos toimituksesta. Suomessa piirit ovat niin pienet, että homma täytyy jatkaa ulko-ovelle saakka tulevia haastatteluja silmällä pitäen. On kyettävä toimimaan erilaisten ihmisten kanssa ja huomattava miltei ensitapaamisesta lähtien, minkälaiset suhtautumistavat sopivat johonkin ihmiseen ja minkälaiset eivät. Etenkin kuin kyseessä ovat viihdeartistit. On kyettävä vakuuttamaan haastateltava jo ensi minuuteista lähtien: *minä olen sellainen ihminen, jonka kanssa sinun kannattaa ja on mukava keskustella.*

Kuinka lähelle täydellistä viihdeartistihaastattelua päästiin? Sellaista tuskin on olemassakaan siihen nähden, että niin monen eri ihmisen intressit kohtaavat lyhyessä ajassa. Jonkun näkökulmasta jotakin jää aina uupumaan. Näissä kahdessa haastattelussa pyrin tekemään jonkinlaisen perushaastattelun, jotka sisältäisivät mahdollisimman moninaisia kysymyksiä ja sisältäisivät muutakin, kuin pelkät albumia koskevat kysymykset. Toivon, että tässä työssä esittelemäni haastattelun perusmenetelmät ja omien kokemusteni reflektoinnin avulla pystyin tarjoamaan muillekin kuvan siitä, kuinka toimiva viihdeartistihaastattelu tehdään.

Nyt tietenkin kun aikaa on kulunut ja työssäni olen saanut tehdä Viikon Albumi -haastatteluja enemmänkin, kuulen, kuinka paljon haastattelutekniikkani ja tyylini on muuttunut puolessa vuodessa: Jännittäminen on pikkuhiljaa vähentynyt, puhe on rauhallisempaa ja haastattelutilanteen hallitseminen on parantunut. Haastattelijana en tuolla hetkellä luultavasti olisi parempaan pystynyt, tekijänä koen onnistuneeni kohtuullisen hyvin. Mielestäni haastattelija onnistuu aina silloin, kun hän saa selville ne asiat, jotka hän oli haastatteluun mennessään huolellisen pohjatyon perusteella päättänyt ottaa selville. Tuottajan kanssa ennalta mietityt tavoitteet tulisi saavuttaa, ja kanavan johdon tehtävänä on sitten seurata, mi-

ten haastattelija ja hänen tyykinsä sopivat kyseiselle ohjelmapaikalle. Kaikesta huolimatta kuulija on kuitenkin viimeinen henkilö, joka päättää miten onnistunut haastattelu oli. Käänsikö hän kanavaa vai ei?

LÄHTEET

- Beaman, Jim, 2000. Interviewing for Radio. Lontoo: Routledge.
- Brady, John, 1977. The Craft of Interviewing. New York: Vintage Books.
- Geller, Valerie, 1996. Creating Powerful Radio. A Communicator's Handbook. New York: M Street Publications.
- Gorden, Raymond, 1992. Basic Interviewing Skills. Illinois: Peacock Publishers INC.
- Haarma, Jukka & Nykänen, Ismo, 1992. Radiomafia – palasista kanavaksi. Teoksessa Alm, A. & Salminen, K. (toim.) Toosa soi. Musiikki radion kilpailuvälineenä? Helsinki: Yleisradio.
- Hiltunen, Ari, 1999. Menestystarinan anatomia. Aristoteles Hollywoodissa. Helsinki: Gaudeamus.
- Kansallinen radiotutkimus 2003. [WWW-dokumentti]
<<http://www.finnpanel.fi/tulokset/radio/krt-vuosi/2003/tulokset.html>> (luettu 10.1.2006).
- Keith, Michael C, 2004. The Radio Station. 6. painos. Burlington: Focal Press.
- Kemppainen, Pentti,. 2003. Julkisen palvelun ja radion haasteet. Viestinnän instituutiot – luentosarja 22.3.2003 muistiinpanot. Helsingin yliopisto.
- Kujala, Tapio, Lahti, Jari & Tamminen, Heikki, 1998. Radiotyön perusteet. Johdatus suoran lähetyksen tekemiseen. 2. painos. Tampere: Gaudeamus.
- McLeish, Robert, 1978/1999. Radio Production. A Manual For Broadcasters. 4. painos. Burlington: Focal Press.
- Radiomafia [WWW-dokumentti]
<<http://www.yle.fi/radiomafia/sailio/sivu.18.shtml>> (luettu 6.4.2006)
- Salokangas, Raimo, 1996. Yleisradion historia 1949–1996. Aikansa Oloinen. Helsinki: Yleisradio.
- Yleisradio, 2005. Toimintakertomus 2004. Helsinki: Yleisradio.

Kysymykset Regina-yhtyeelle

Suomalainen Elektro Pop musiikki on viime vuosina viettänyt jonkinlaista hiljaiseloa. 90-luvun alussa suomalaista konepoppia tehtiin vielä paljon. 2000-luvulla täysin konemusiikkia tekeviä pop-bändejä ei ollut kovinkaan montaa. Tällä viikolla YleX Viikon Albumina soi kuitenkin jälleen elektro pop. Regina elektro-pop duon esikoisalbumi Katso Maisemaa, julkaistaan 14.11. Uudesta levystään on meille studiossa kertomassa Reginan laulaja Iisa Pajula Tervetuloa.

(Viikon Albumi haastattelu alkaa aina lyhyellä artistiesittelyllä, joka puhutaan usein edellisen kappaleen hännän päälle)

– Niin teidän esikoisalbumi Katso Maisemaa julkaistaan ihan kohta ja te oikeastaan aloitte tämän projektin Mikko Pykärin kanssa maaliskuussa Miten tämä kaikki kävi niin äkkiä? Kävikö liian äkkiä?

(Halusin että Iisa itsekin pysähtyy ajattelemaan mitä kuluvan vuoden aikana on tapahtunut. Moni artisti tekee töitä monta vuotta saadakseen levytys-sopimuksen, Regina sai sen ensimmäisen keikan jälkeen.)

– Mitä olette tehneet aikaisemmin?

(Bändin esittely jatkuu)

– Mistä ajatus 80-Luvun Syntetisaattori duo takaisin?

(Omituinen bändiratkaisu nykypäivänä, halusin Iisan selityksen kokoonpano valinnalle)

– Levyn teemana matkustaminen? Onko tämä albumi jonkinlainen urbaanin ja modernin elämän soundtrack?

(Levyn esittely, suora väite tai oma kokemus levystä saattaa laukaista artistissa korjaamisen tai selittämisen halun.)

– Soundimaailmaltaan tämä albumi on aika kasarihenkinen. Voidaanko kuitenkaan puhua retromusiikkista?

(Miten levy tai sen musiikki eroaa siitä mitä on aikaisemmin tehty?)

– Pyrittekö te tekemään mahdollisimman helposti lähestyttäviä biisejä? (Halusin kuulla otetaanko jo biisien tekovaiheessa huomioon koukuttaminen ja tarttuvuus, koska omasta mielestäni biisit jäävät todella helposti päähän soimaan.)

– Sanoitukset on todella rehellisiä, hauskoja ja naiiveja. Miten nämä sanoitukset syntyvät? Minkälaisista asioista sä tykkäät kirjoittaa sanoja? Sarkasmi: Uusi Resepti- biisissä?

(Halusin tietää levyn sanoituksista, jotka ovat musiikkityylille uskollisesti melko naiiveja)

– *Sovituksellisesti tämä albumi jaksaa yllättää jokaisella raidalla. Miten nämä sovitukset syntyvät? Seuraava biisi aina erilainen. (Levyn tekemisen prosessia selventävä kysymys)*

– *Nyt tällä hetkellä suomalaisessa musiikissa on vahva rock-keskeisyys ja miltei kaikki uudet bändit tekevät perinteistä rokkia tai poppia. Riittääkö kuuntelijoita? Kuinka tällä hetkellä konemusiikki voi sinun mielestä suomessa? Minkälaiset odotukset teillä on tältä levyltä? (Suomessa elektroninen musiikki on melko sivussa valtavirrasta ainakin tällä hetkellä. Halusin kuulla Reginan tulevaisuuden odotuksista ja siitä miten he odottavat ihmisten suhtautuvan levyyn?)*

– *Minkälaisia bändejä sä itse olet kuunnellut ja ottanut heiltä vaikutteita?*

(Minkälaisia artistien vaikutuksia mahdollisesti levyltä on kuultavissa?)

Seuraavaksi YleX:llä kuullaan teidän ensimmäinen Olisitko sittenkin halunnut palata sinkku tältä levyltä kerrotko mistä se kertoo ja kuinka se syntyi? (Viikon Albumi haastattelu päättyy aina levyn viimeisimpään single biisiin, jonka artisti itse esittelee suorassa lähetyksessä.)

Levy soimaan.

Kysymykset CMX-yhtyeelle

YleX Viikon albumina soi tällä viikolla yksi suomen menestyneimmistä bändeistä. Levyjä on toistaiseksi myyty 310 000 kappaletta, bändi on vuoden kuluessa äänestetty kolme kertaa merkittävimäksi kotimaiseksi bändiksi. Kyseessä on siis CMX, jonka uusi albumi Pedot julkaistaan 2. päivä marraskuuta. Studiossa on uudesta levystään Kertomassa A.W. Yrjänä.

Missä vaiheessa CMX on tällä hetkellä urallaan?

(Kysymys jonka avulla halusin, että artisti itse sitoo kaiken tekemänsä tähän päivään. Pie- nellä ajatusten ja historian kokoamisen jälkeen voi paremmin keskittyä nykyhetkeen.)

Yhdestoista studioalbumi julkaistaan kohta. Minkälaisissa tunnelmissa levy tehtiin?

(Kysymys, jonka avulla halusin, että Yrjänä itse kertoo, minkälaisista lähtökohdista levyä lähdettiin tekemään.)

Sanoitusten teema?

(Valottaa levyn sanoituksia ja teemoja joiden parissa pyöritään tällä levyllä)

Aikaisemmat levytykset on kuvattu vaikeatajuisiksi? Kuinka vaikeatajuinen on tämä uusi albumi?

(Iltapäivälehdissä ja joissakin aikaisemmissa haastatteluissa oli leimattu CMX ”vaikeatajuiseksi” ja ”taiteelliseksi” halusin kuulla artistin oman mielipiteen nimenomaan silmällä pitäen tätä uutta albumia.)

Koetko vanhan materiaalin taakaksi vai hyödyksi luodessasi uutta materiaalia?

(Halusin kuulla, miten helppo on yhdeksän studioalbumin jälkeen lähteä tekemään uutta materiaalia. Luulisi että joskus tulee sellainen olo, että ”Olen tehnyt jo kaiken?!”)

*Tänä vuonna teidät on valittu kolme kertaa Suomen merkittävimäksi bändiksi. Miten selit-
tät tämän?*

(Erilaisissa lehtien järjestämissä äänestyksissä CMX- yhtyettä on hehkutettu melko paljon. Halusin kuulla miten artisti itse kommentoi menestystään?)

Miten niin vähäisellä kiertämisellä ja esillä ololla voi olla niin suosittu?

(Nykyään niin monet yrittävät olla koko ajan esillä joka paikassa, mutta sitten on bändejä kuten vaikkapa CMX ja HIM joiden lööppi/juorulehti esillä oleminen on melko niukkaa mutta silti ihmiset ovat juuri näistä bändeistä kiinnostuneita. Miksi?)

Teettekö tahallanne ehdotonta musiikkia?

(Miten paljon vielä CMX:ssä löytyy kapinallisuutta ja musiikillista ehdottomuutta ja tinkimättömyyttä. Tähän siis halusin selvityksen.)

Miltä tuntuu kun CMX on nykyään valtavirrassa?

(Tinkimättömyyteen ja ehkä niin kutsuttuun. ”punkhenkisyyteen” kuuluu valtavirran halveksuminen. Nyt entinen ja nykyinenkin kapinallinen on auttamattomasti valtavirrassa. Halusin kuulla miltä tämä Yrjänästä tuntuu?)

Seuraavaksi YleX:ssä kuullaan teidän ensimmäinen single tältä uudelta levyltä eli Uusi Ihmiskunta. Kerrotko kuinka se syntyi ja mistä se kertoo?

Biisi soimaan

LIITE 3 CD

Raita 1 Iisa Pajulan haastattelu

Raita 2 A.W. Yrjänän haastattelu